

**Título:** La comunicación gubernamental en la era de los medios sociales: la experiencia de Gobierno Abierto e Innovación Pública del Plan de Modernización del Estado en Argentina (marzo 2016 – marzo 2017).

**Autor:** Lic. Giraldo, Gina

**Director:** Dr. Ruiz Balza, Alejandro

**Fecha:** 12 de julio de 2018

**Tema:** Comunicación gubernamental y medios sociales

## **1. Introducción**

En este trabajo de investigación nos planteamos comprender cómo hacen uso los gobiernos de los entornos digitales para realizar su comunicación de gestión. Para tal fin, se plantea la caracterización de las prácticas de comunicación ocurridas entre el usuario de Twitter @GobAbierto\_AR de la Subsecretaría de Innovación Pública y Gobierno Abierto del Ministerio de Modernización y sus seguidores de Twitter<sup>1</sup>, en el marco de la difusión de la política pública “Innovación Pública y Gobierno Abierto”, entre marzo de 2016 y marzo 2017, en Argentina, presidencia de Mauricio Macri

Algunas de las preguntas que nos guiaron fueron: los entornos digitales ¿replican el modelo unidireccional de comunicación (de uno a muchos) aún en plataformas que permiten la bidireccionalidad (ida y vuelta)?; los gobiernos, ¿buscan establecer otro tipo de vinculación con la ciudadanía en estas plataformas?; por último, ¿cómo se da la interacción entre ambas partes (la cuenta @GobAbierto\_AR y sus seguidores)?

Para responder a estas preguntas, el objetivo general planteado fue:

Analizar las prácticas de comunicación ocurridas entre el usuario en la plataforma Twitter de la Subsecretaría de Innovación Pública y Gobierno Abierto (@GobAbierto\_AR) y sus seguidores, en el marco de la difusión de la política de Gobierno Abierto e Innovación Pública (marzo 2016 – marzo 2017) con el objeto de estudiar la contribución de medios sociales a los objetivos de la comunicación gubernamental.

---

<sup>1</sup> Del inglés *followers*, son aquellos usuarios que eligieron a otro usuario para seguir sus actualizaciones, nuevas publicaciones. Para ser un “Seguidor” en la plataforma Twitter o Instagram (dedicada a la fotografía) la opción que ofrece es “Seguir” mientras que Facebook es “Me gusta”.

Y, a partir de allí, se desprendieron los siguientes particulares:

- Caracterizar la presencia de los ejes de la política de Gobierno Abierto e Innovación Pública en las publicaciones de @GobAbierto\_AR: transparencia, colaboración y participación.
- Describir la participación de los usuarios en respuesta de las publicaciones del usuario @GobAbierto\_AR durante el período señalado.
- Caracterizar la respuesta de @GobAbierto\_AR en los temas más relevantes para los usuarios.

### **Tipo de estudio**

El alcance de esta investigación fue descriptivo debido a que el esfuerzo estuvo puesto en medir y caracterizar la manifestación de varios aspectos de las prácticas de comunicación ocurridas entre la comunicación de gobierno operada desde la cuenta @GobAbierto\_AR en la plataforma Twitter y sus seguidores para, luego, describirlas en función de los resultados obtenidos.

El estudio de campo se planteó en dos fases: la primera implicó un enfoque cuantitativo a través del uso de la técnica de análisis de contenido (AC) de las publicaciones (o tuits) de la cuenta @GobAbierto\_AR (sistematizaron y medición de ocurrencias de los indicadores); la segunda fase, fue cualitativa para lo cual se realizó una entrevista a Carolina Raspo, Responsable de Comunicación y Relaciones Institucionales de la Coordinación homónima de la Subsecretaría de Innovación Pública y Gobierno Abierto (retomó las mismas variables de estudio que el AC y las profundizó).

### **Aporte pretendido**

El aporte que pretendo con esta investigación es dar un paso más en la creciente investigación en materia de comunicación gubernamental, particularmente en la gestión de los medios sociales. El análisis pone en relativa confrontación una vertiente de la comunicación de gobierno que busca vincularse con los ciudadanos y la idea de que los medios sociales permiten bidireccionalidad, motivo por el cual la comunidad podría establecer conversaciones directas con el gobierno. Si bien la academia está avanzando en estudios sobre este tipo de comunicación, sabemos que la electoral sigue siendo la más investigada debido a que presenta escenarios de mayor impacto social por el carácter controvertido que funda a los comicios electorales.

## **2. Antecedentes y Planteo teórico**

El corpus teórico que enmarca esta investigación puso en diálogo a los dos ejes centrales –comunicación gubernamental y medios sociales- cuya relación se busca analizar a través de la difusión en la plataforma digital Twitter de la política de “Innovación Pública y Gobierno Abierto”.

Como concepto, la comunicación gubernamental es aún poco abordada por la academia y, por tal motivo, su estudio requiere de una mirada multifocal en la que confluyan diversas disciplinas que van de la ciencia política a las miradas más recientes sobre comunicación de gobierno que datan de 2016 ya que retoma las principales discusiones en torno a este tema (Canel y Sanders, 2010; Amadeo, 2016).

Para su descripción partimos de dos conceptos aportados por Manuel Castells: por un lado, el de “autocomunicación de masas” que apunta a la “la autonomía propia de la comunicación en entornos digitales” (Castells citado en Tarullo, 2015, p.91); y, por otro, el de “la sociedad informacional”, que postula la inherencia de la información en las nuevas relaciones de producción y conocimiento en las sociedades actuales dentro de las cuales prima la utilización de las tecnologías de la comunicación (Castells, 2000, p.26).

A su vez, para sistematizar el concepto de comunicación gubernamental, partimos de la base de diferenciar dos estilos: el abierto y el cerrado. Contextualizamos el desempeño de la comunicación gubernamental en relación a la emergencia de las TICs y sus modalidades, de cara a un ciudadano autónomo que gestiona la información de forma independiente con plena autonomía para producirla y ponerla en circulación. Por último, avanzamos sobre las características de la política de Innovación Pública y Gobierno Abierto ejercida en el país y la legislación involucrada en el acceso a la información pública.

Para estudiar a los medios sociales, en un primer momento introducimos un breve recorrido que da cuenta de la manera en que los gobiernos se valieron de los desarrollos de las TICs para llevar a cabo su comunicación. A partir de esto establecimos tres grandes etapas que comienzan con los medios masivos de comunicación tradicionales, a estos le siguió el desarrollo de plataformas e-gobierno (Vega, 2009; Tarullo, 2015) y, para finalizar, entran en escena los medios sociales (llamadas comúnmente “redes sociales”) que, según algunos autores, se plantean como la mejor manera de conducir hacia una comunicación de doble vía con la ciudadanía (Amadeo, 2016, p. 165).

A modo de cierre, para el desarrollo conceptual del Gobierno Abierto y la Innovación Pública, además de tomar en cuenta al Decreto 434/2016 con las acciones que desarrollan para instrumentar la política, también ampliamos su contenido en base al material del Ministerio de Modernización de la República Argentina puesto a disposición para la población y otros gobiernos locales como provinciales y municipales. Utilizamos también el marco de la Ley N° 27.275 de Derecho al Acceso a la Información Pública como otro rasgo característico de esta política ubicada

### **3. Materiales y Métodos**

#### **Tipo de estudio**

Como mencionamos, esta investigación es descriptiva dado que medimos y caracterizamos las prácticas de comunicación ocurridas entre la comunicación de gobierno operada desde la cuenta @GobAbierto\_AR en Twitter y sus seguidores para.

El abordaje de campo fue mixto y constó de dos etapas: una cuantitativa, a través de una matriz de datos confeccionada para realizar el AC y, además, una cualitativa a través de entrevista a la responsable del área de comunicación y Relaciones Institucionales de la Subsecretaría de Innovación Pública y Gobierno Abierto que permitió profundizar sobre

Las unidades de análisis seleccionadas fueron, entonces, todas las publicaciones del usuario de Twitter @GobAbierto\_AR publicadas de marzo de 2016 a marzo de 2017. En total, el *corpus* estuvo compuesto por 570 publicaciones.

### **4. Resultados y Discusión**

Este trabajo de investigación puso de relieve un hecho concreto: no es posible pensar la comunicación de gobierno por fuera del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La comunicación gubernamental se encuentra frente a un escenario que rompe modalidades tradicionales de comunicación, es decir aquellas en las que el gobierno difunde su actividad solo a los medios y estos a su vez a la ciudadanía. Ante la emergencia de los entornos digitales los gobiernos comprendieron, tiempo después que el sector privado, que los ciudadanos están allí conversando, compartiendo contenidos y opiniones de manera que es necesario incorporarse a ese flujo que, por otro lado, le imprime un acelerado ritmo en la gestión de la comunicación al interior de las estructuras organizacionales.

Como rasgo distintivo encontramos en esta investigación una escasa interacción producida entre el usuario del gobierno y los demás. Será objetivo de otras investigaciones detectar por qué el gobierno no da respuesta a todos los comentarios.

De todas formas, vemos una avanzada y meticulosa gestión de la comunicación, hecho que se ve reflejado en la ubicación privilegiada que tiene el área de Comunicación y Relaciones Institucionales dentro del organigrama de la Subsecretaría de Innovación Pública y Gobierno Abierto. Esto permite estar atentos a posibles cambios coyunturales para responder en base al plan político.

## **5. Conclusiones / Recomendaciones**

Gracias a las características técnicas que poseen, los medios sociales tienen la particularidad de aglutinar gran cantidad de estrategias como la emocionalidad, la información, el *storytelling*, mitos o la potestad de imprimirle una voz a una institución que en otros soportes no podría. Asimismo, permite una instancia multimedial fusiona el lenguaje gráfico con el visual o el audiovisual. Por otra parte, es un medio cuya lógica se caracteriza por la insistencia y la repetición de la información, pero en ese caso quedaría pendiente medir el impacto de ambas acciones frente a la calidad de la información brindada para determinar cuál es la variable que más incide en la circulación. La pregunta que debemos hacernos es dónde está puesto el valor del mensaje, es decir, debemos preguntarnos si el medio efectivamente termina cooptando al contenido para sí mismo a favor de la multiplicación viral de un dato o información.

Posiblemente este trabajo no logre dar una respuesta cerrada en torno a todos los temas que se abren a partir de esto, sin embargo podemos consignar que hay una adaptación a la lógica del medio y de la coyuntura global en materia de TICs. Ya sea a partir de autores mencionados como de la entrevista realizada, vemos que la lógica de esta plataforma posee incidencia directa en la comunicación que el gobierno termina por darle a la ciudadanía, pese a esto lo que queda evidenciado es que la comunicación gubernamental constituye una política pública en sí misma y tiene estrecha relación al proyecto político que propone.

## **6. Bibliografía**

- Amadeo, B. (diciembre, 2016) El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, vol.5 (2), 155-181. Publicación científica de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Recuperado de:  
<http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/164/186>
- Amadeo, B. (octubre, 2007) Comunicación Gubernamental e Internet en la República Argentina (pp. 371-381). Comunicación en el marco de una sesión privada extraordinaria en la Academia Nacional de Ciencias de Buenos Aires.
- Amadeo, B. & Amado, A. (2013). El periodismo frente a la comunicación gubernamental: condicionamientos oficiales a la tarea periodística. *Revista Opera*, 13, pp. 41-58. Recuperado de: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/3764/3910>
- Amado, A. & Tarullo, R. (julio-diciembre 2015). Tuitear para agendar: el uso de Twitter como gacetilla de prensa en la comunicación gubernamental. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 127-145.
- Baeza-Yates, R., Rivera Loaiza, C. y Velasco Martín, J. (mayo-junio 2004) Arquitectura de la información y usabilidad en la web. *El profesional de la información*, 3(13), 168-178. Recuperado de:  
<http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2004/mayo/1.pdf>
- Bravo, J. (mayo/junio 2009) La comunicación gubernamental de Vicente Fox. *El cotidiano* (155), 43-58. Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512745006>
- Bravo Mancero, J. A. (diciembre 2016) Desafíos de la comunicación gubernamental en el cambio de época en las instituciones de Chimborazo, Ecuador. *Austral Comunicación*, vol.5 (2), 229-251. Publicación científica de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Recuperado de:  
<http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/149/184>
- Cabás, P. (2007) La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental. *Revista del Foto Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC)*, III (6), 3-11. Recuperado de:  
[http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/392/n6\\_res\\_pp.3\\_11.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/392/n6_res_pp.3_11.pdf)
- Canel M. J. y Sanders K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión. *Comunicación y Sociedad*, xxiii (1), 7-48.

- Cancelo San Martín, M. de las M. (Junio 2007) La comunicación gubernamental. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 98, 72-75.
- Castells, M. (1998) Espacios públicos en la sociedad informacional. En VVAA, *Ciutat real, ciutat ideal. Significat i funció a l'espai urbà modern*, Urbanitats (7), Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, Barcelona 1998. Recuperado de:  
[http://www.cccb.org/racs\\_gene/espacios\\_publicos\\_cast.pdf](http://www.cccb.org/racs_gene/espacios_publicos_cast.pdf)
- “Entró en vigencia la Ley de Acceso a la Información Pública: cuáles son sus alcances” (29 de septiembre de 2017). Infobae. Recuperado de  
<https://www.infobae.com/politica/2017/09/29/entro-en-vigencia-la-ley-de-acceso-a-la-informacion-publica-cuales-son-sus-alcances/>
- Duran Barba, J. (2009) Estrategias de comunicación política. En R. Izurieta, C. Arterton, y Perina, R.M., *Estratégicas de comunicación para gobiernos* (4a ed, pp. 25-76) Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Elizalde, L., Fernández Pedemonte D., Riorda M. (2011) *La gestión del disenso. La comunicación gubernamental en problemas*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- García Nadaff, F. (2016) Las redes sociales como medios de comunicación de públicos. En *Cumbre mundial de comunicación política 2016*. (pp. 123-134) Buenos Aires: Grupo Editorial Parmenia. Crujía.
- Garnett, J. L. (2009) Comunicándose con la ciudadanía. En R. Izurieta, C. Arterton, y Perina, R.M., *Estratégicas de comunicación para gobiernos* (4a ed, pp. 103-130) Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Gómez, C. R. (2003) Comunicación política y gestión gubernamental. *Oficios Terrestres, Facultad de periodismo y comunicación social, Universidad Nacional de La Plata*, 14, 26-30. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/46855>
- Guerrero, E. (2016) Valor jurídico administrativo de las actuaciones presidenciales e Twitter: actos de gobierno 2.0 en la República de Ecuador. *Revista Española de Ciencia Política*, 41, 115-137. Recuperado de:  
[https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/39464/pdf\\_41](https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/39464/pdf_41)
- Gutiérrez-Rubí, A. (2016) La campaña cotidiana. En *Cumbre mundial de comunicación política 2016*. (pp. 15-25) Buenos Aires: Grupo Editorial Parmenia. Crujía.

- Gutiérrez-Rubí, A. (2014) La política en la era digital: Recursos y perspectivas comunicativas. En *Tecnopolítica* (pp. 65-72). Recuperado de: <https://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2014/11/Tecnopol%C3%ADtica.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio P. (2006) *Metodología de la investigación* (4a ed.) México: McGraw-Hill. Recuperado de: [https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis\\_sampieri\\_unidad\\_1-1.pdf](https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio P. (2010) *Metodología de la investigación* (5a ed.) México: McGraw-Hill. Recuperado de: [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Información Legislativa y Documental (InfoLeg) del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/265000-269999/265949/norma.htm>
- Información Legislativa y Documental (InfoLeg) del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/259082/norma.htm>
- Ivoskus D. y Hernández, M. (2017) *Cumbre mundial de comunicación política 2016*. Buenos Aires: Grupo Editorial Parmenia. Crujía.
- Sitio oficial del Gobierno Nacional Argentino, sección de la Agencia de Acceso a la Información Pública. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/aaip>
- López Espinosa, E. J. (abril 2011) La maquinaria persuasiva, el diálogo orgánico y el medio tautológico. Una conceptualización tridimensional del a comunicación política y sus repercusiones en la opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, I(10), 29-42. Recuperado de: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/41661/37855>
- Manual “Gestión de la comunicación en redes sociales” Presidencia de la República de Colombia, 2012.
- Malvacino, F. y Yoguel, G. (agosto 2015) Big Data: Avances Recientes a Nivel Internacional y Perspectivas para el Desarrollo Local. *Centro Interdisciplinario de Estudios en Ciencia Tecnología e Innovación Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva*. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/est\\_tic\\_ciecti-big-data.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/est_tic_ciecti-big-data.pdf)

- Martínez Pandiani, G. (2008) *La ciberpolítica y los nuevos ciudadanos*. Buenos Aires: Colección Educar al Soberano.
- Meyenberg Leycegui, Y.M. (2015) La comunicación gubernamental. Gran Bretaña y México una visión comparada. *Revista Española de Ciencia Política*, 39, 95-113. Recuperado de: [https://recyt.fecyt.es//index.php/recp/article/viewFile/38562/pdf\\_3](https://recyt.fecyt.es//index.php/recp/article/viewFile/38562/pdf_3)
- Ministerio de Modernización de la República Argentina (2017). Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/1.\\_kit\\_gobierno\\_abierto\\_-\\_transparencia.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/1._kit_gobierno_abierto_-_transparencia.pdf)
- Nicolini, C. (2012) La comunicación gubernamental, clave para destrabar los conflictos mineros en Latinoamérica. *Más Poder Local Magazine*, 10, 16-18.
- Pérez Porto J. y Gardey, A. (2010 – última actualización en 2013) Recuperado de <http://definicion.de/web-2-0/>
- Piscitelli, A. (2009) *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa
- Plan de Apertura de Datos (2016). Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257755/norma.htm>
- Raffaele, M. y Núñez, R. E. (octubre-diciembre 2015) La publicidad gubernamental del poder ejecutivo en San Juan: hacia la construcción del mito de gobierno. *Questión*. Revista especializada en periodismo y comunicación, vol.1 (48), 478-493. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2717/2463>
- Rafa Laza (07 de enero de 2011) Los 10 mandamientos de la comunicación gubernamental en las redes sociales [Mensaje de blog] Recuperado de: <https://rafalaza.wordpress.com/2011/01/07/los-10-mandamientos-de-la-comunicacion-gubernamental-en-las-redes-sociales/>
- Reina, A. (Abril, 2017) Traducir políticas: estrategias para la comunicación de políticas públicas. *Apuntes para la modernización del Estado*. 1(1), 15-20. Instituto Nacional de la Administración Pública.
- Riorda, M. y Elizalde L. H. (2013) ¿Hacia dónde va la comunicación gubernamental en América Latina? *Más poder local*, 2(19), 12-14. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4753491>
- Riorda, M. (2011) La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, vol.2 (3), 96-111. Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956/14579>

- Riorda, M. (2008) Gobierno bien pero comunico mal: análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 40, 25-52. Caracas, Venezuela. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357533671002>
- Rodríguez, V. (2011) La gobernabilidad: el debate de un concepto cambiante. Más poder local, (7), pp. 48-49. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/290270>
- Soto, D. R. (enero-junio 2011) Las tecnologías mediales, la escuela y la lectura: aliados-distantes. *Revista Infancias Imágenes*, Vol.10, 1, 21-31. Recuperado de: <http://comunidad.udistrital.edu.co/catedraunesco/wp-content/files/2013/revistas/Revista%20Vol.%2010%20N.%201.pdf>
- Starke, R y Amadeo, B. (2010) Comunicación gubernamental. La presidencia de Néstor Kirchner. Journal of PR. *Revista Académica de Relaciones Públicas*, 1 (pp. 41-59).
- Suárez Tello (febrero-abril 2011) A 25 años de la investigación de la comunicación de masas de Mauro Wolf. *RAZÓN Y PALABRA. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, 75. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico\\_75/35\\_Suarez\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/35_Suarez_M75.pdf)
- Tarullo, M. R. (2015) Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica. *RiHumSo – Revista de Investigación del Departamento de humanidades y ciencias sociales*. Universidad Nacional de La Matanza, 4(7), 89-104. Recuperado de: <http://rihumso.unlam.edu.ar/index.php/humanidades/article/view/65/110>
- Torres, R. M. (2005) Sociedad de la información / Sociedad del conocimiento. Recuperado de: <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfosoccon.pdf>
- Vallafaña I. G. B. (2006-2007) *Comunicación gubernamental en los espacios locales. Estudio de caso: el ayuntamiento de Mérida, Yucatán, México, durante el período 2001 – 2004*. (Tesis de Doctorado) Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna. Universidad Autónoma de Yucatán. Yucatán.
- Vega, H. (2009) La comunicación de gobierno e Internet. En R. Izurieta, C. Arterton, y Perina, R.M., *Estratégicas de comunicación para gobiernos* (4a ed, pp. 131-185) Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Vieytes, R (2004) *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemologías y técnicas*. Buenos Aires: De las ciencias.
- Zuazo, N. (2015) *Guerras de internet*. Buenos Aires: Random House Mondadori S.A.