



Memoria de Resúmenes de las Jornadas de Investigación en Comunicación UCES

“La comunicación entre persistencias e innovaciones”

27 al 29 de agosto de 2024

Año 7; 2025 - ISSN 2683-8117



Memoria de Resúmenes Jornadas de Investigación en Comunicación, es una publicación virtual de carácter anual editada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Esta publicación incluye los resúmenes de los trabajos presentados en las *Jornadas Anuales de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación*, el *Encuentro de Investigación en Periodismo* y el *Foro de Investigadores en Diseño, Publicidad, Comunicación Social y Relaciones Públicas*. Editor/a Responsable: Lic. Rut Vieytes, Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación-UCES, Paraguay 1401, Piso 8, CABA, Argentina. Código Postal: C1061ABA Tel: +54-11-4815-3290. Mail: fcc@uces.edu.ar. URL: <http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/handle/123456789/4697>.

ISSN 2683-8117 Otorgado por el Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica – CONICET.

El contenido y las opiniones de los resúmenes publicados son de exclusiva responsabilidad de los autores y no expresa la opinión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación-UCES.

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)

Autoridades de Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

Dr. Gastón A. O'Donnell

RECTOR

Lic. María Laura Pérsico

VICERRECTORA GENERAL

Lic. Esp. José Fliguer

VICERRECTOR DE EVALUACIÓN UNIVERSITARIA

Lic. Viviana Dopchiz

SECRETARIA GENERAL ACADÉMICA

Autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rut Vieytes

DECANA

DG Sebastián Gallo

DIRECTOR DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Lic. Federico Ferme

DIRECTOR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Lic. Nancy López

DIRECTORA DE LA LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

Lic. Laura Erobaldi

DIRECTORA DE LA LICENCIATURA EN PUBLICIDAD

Lic. Oscar Bosetti

VICEDIRECTOR DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO

Lic. Cintia Mariscal

EDITORA DE REVISTAS CIENTÍFICAS



Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación y Diseño-IICCOD

Lic. Rut Vieytes

DIRECTORA

Mg. Javier Benyo

COORDINADOR DE INVESTIGACIONES

Comité Académico del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación y Diseño-IICCOD

Esp. Adolfo Vázquez

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina

Dr. Claudio Centocchi

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina

Mgt. Rafael Vivanco

Universidad San Ignacio de Loyola, Perú

DG. Sebastián Gallo

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina

Mgt. Eugenia Etkin

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina

Dr. Eduardo Cartoccio

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Mónica Pujol

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Agustín Vivas Moreno

Universidad de Extremadura, España

Dr. Mariano Zarowsky

Universidad de Buenos Aires-Conicet, Argentina

Dr. Miguel Tuñez López

Universidad de Santiago de Compostela, España.

Dra. Susana Morales

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Equipo Editorial

DIRECTORA

Lic. Rut Vieytes (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - Universidad de Buenos Aires - Universidad Tecnológica Nacional, Argentina)

COMITÉ EDITORIAL

DG Sebastián A. Gallo (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Dra. Celeste Choclin (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Lic. Nancy López (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Lic. Laura Erovaldi (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Lic. Oscar Bosetti (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Lic. Federico Ferme (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Lic. Cintia Mariscal (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Mg. Javier Benyo (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)



Contenido

Presentación	10
DÍA 1: martes 27 de agosto.....	12
<i>Aula Virtual 1: Matar al mensajero. Polarización afectiva y Fact Checking en Redes Sociales</i> (Conferencia inaugural a cargo de la Dra. Natalia Aruguete, UNQui-CONICET).....	12
<i>Aula Virtual 2: Emprendedurismo y comunicación. Experiencias y balances</i>	13
Emprender la comunicación desde la sociedad en red. El caso de una empresa del NEA (Álvarez, Hernán y Torres, Eduardo)	13
Ecosistema de emprendimientos de medios digitales (2024-2026) (Rolla, Laura y Vallejos, Mónica).	14
La nueva era digital y otros retos para la industria editorial mexicana (Torres Sandoval, Verónica).	14
<i>Aula Virtual 3: Presentación de la Revista UCESDG</i>	15
El peso de la imagen en la construcción del relato. El caso Vivian Meier (Dillor, Alejo y Ferrando, Andrea)	15
El fortalecimiento del programa educativo del diseñador gráfico en México. Análisis de la relación entre la promesa formativa y el futuro laboral (Magaña Fajardo, Carolina y Solórzano Zavala, Mónica)	16
Identidades contrastadas en el manejo de la imagen (Romero Becerril, Julio César y Velázquez, Daniela).	16
Las carreras de diseño gráfico en la Argentina en el siglo XIX (2002-2014) (Marozzi, Sofía).	17
<i>Aula Virtual 4: Sentidos, prácticas y consumos juveniles</i>	17
Juventudes y ESI: un estudio sobre sentidos y percepciones en una escuela pública salteña (Calbó, Fátima de los Ángeles).	17
Consumos de ficción seriada audiovisual en juventudes universitarias: los algoritmos en el fin del mundo (Car, Valeria; Naranjo, Cinthia y Alegre, Florencia).....	18



Los graffitis como marcas de identidad: su función en los procesos de identificación, adhesión y pertenencia (Barrio Miguel Ortiz, Ciudad de Salta, Argentina)

(Flores, Cristian)..... 19

Abordaje de los sentidos de la maternidad en jóvenes estudiantes desde una perspectiva comunicacional

(Rodríguez, Jazmín Anahí y Romano Güemes, Constanza Rocío)..... 20

Hábitos de consumo y modos de percepción en redes sociales virtuales de estudiantes de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)

(Ursi, Hernán)..... 21

Aula Virtual 5: Experiencias en comunicación transmedia y educación..... 21

La inteligencia artificial como herramienta para la docencia. Un estudio exploratorio

(Batres, Lisi)..... 21

Competencias mediáticas en las trayectorias educativas de jóvenes salteños

(Chauqui, Camila y Soto, Luis)..... 22

Derechos digitales en escenarios de cultura viral, haters y grooming

(Mendía Vitancor, Romina). 23

Percepciones de los docentes del nivel secundario sobre la construcción de “zonas de pasaje”

(Nieva Agrea, Mercedes)..... 23

El aula extendida: podcast educativo como recurso transmedial

(Pellegrino, Mariana). 24

Del pizarrón a la revista: desafíos para la comunicación del conocimiento administrativo en el ámbito académico

(Torres, Verónica). 25

DÍA 2: miércoles 28 de agosto 26

Aula Virtual 6: Adaptaciones en innovaciones en cine y televisión 26

Lo vincular: diferentes dispositivos de lenguaje narrativo en la transposición de Las siamesas

(Beker, Osvaldo)..... 26

Black Mirror, una serie distópica que conjuga fenómenos de retoma

(García Uriburu, María José y Steinberg, Lorena). 26

¿Estamos hablando de cine? Pensar las prácticas en el audiovisual comunitario

(Martínez Canto, Andrés) 27



Detrás de cámara. Una aproximación a las interpretaciones del pasado en filmes sobre la experiencia socialista de Chile

(Zeitler, Elías y Cáceres, Maribel)..... 28

Aula Virtual 7: Periodismo y representaciones sociales 29

Violencia y discursos de odio mediatizados en medios tradicionales de Córdoba durante el 2022

(Aráoz, Verónica; Rubin, Paloma y Allione, Guadalupe)..... 29

Periodismo de soluciones para el contexto de encierro: acercarnos a nuevas voces para evitar el hastío informativo

(Brovelli, Fernando). 29

Sobre la crisis de credibilidad de los medios. Otro síntoma de la desintegración de la opinión pública

(Peña, Gonzalo)..... 30

El derecho a huelga bajo asedio: Aproximación analítica a las noticias sobre el conflicto entre el sindicato ATILRA y la empresa Lácteos Vidal

(Placánica, Nahuel Nicolás). 31

“Loros barranqueros”. Las representaciones en el chimento televisivo

(Rugilo Acosta, Ana Clara)..... 31

Ruidos allá afuera: el Otro según la prensa gráfica hegemónica en la Argentina actual

(Santos, Ezequiel)..... 32

Aula Virtual 8: Crisis de la confianza pública en los medios 33

El estado actual en la investigación de discursos sobre lo público-común plataformizados

(Aráoz, Verónica y Cellone, Franco)..... 33

Medios de comunicación social y crisis de confianza: algunos aportes desde la teoría de Niklas Luhmann

(Borquez, María José)..... 33

La proliferación de las teorías conspirativas en las redes sociales y algunos de sus efectos

(Jiménez, Exequiel). 34

Aula Virtual 9: El cine en la construcción de subjetividad 35

Espacio público: entre la mostración y la narración cinematográfica

(Amaya Romero, Daniela). 35



La investigación como espacio de formación profesional. Narratividades e identidades en la cinematografía de los primeros años

(González Lepanto, Efraíne)..... 35

El público de las salas de cine a principios del siglo XX: praxis, subjetivación y mezclas

(Lo Feudo, Yanina)..... 36

Las tiendas departamentales y los escaparates como experimentos narrativos

(Samaja, Juan)..... 37

Distribución y división social de la violencia: mujeres, agresión y comicidad en la comedia cinematográfica pre-institucional

(Samaja, Juan)..... 37

Espacialidades instituidas y espacialidades emergentes

(Samaja, Juan)..... 38

Aula Virtual 10: Foro de Estudiantes..... 39

Comedores escolares en CABA ¿Servicio o Negociado?”. Descripción de una investigación

(Ferrer, Jorge)..... 39

La representación marica en el arte latinoamericano: investigación y catalogación de los museos de la Ciudad de Buenos Aires

(Lusardi, Agustina y Ferrato, Valentino)..... 39

Lo vincular: diferentes dispositivos de lenguaje narrativo en la transposición de Abzurdah

(Patanchon, Oriana)..... 40

Aula Virtual 11: Nuevas miradas sobre las Relaciones Públicas y la comunicación de las Organizaciones..... 40

Olivetti: una marca viviente en el consciente colectivo de los argentinos

(Bergomi, Paolo y López, Cristina)..... 40

Deconstrucción, filosofía y psicoanálisis: un manifiesto hacia la innovación de las relaciones públicas

(Forastier, Federico)..... 41

La comunicación como herramienta de política económica: Construyendo Confianza

(Montenegro, María Emilia y Almirón, Constanza Cecilia)..... 42

DÍA 3: jueves 29 de agosto..... 43



<i>Aula Virtual 12: Enfoques metodológicos. Avances de investigaciones de graduados y pre-graduados</i>	43
Explorando el corpus: un acercamiento al material de análisis para la tesis doctoral (Aráoz, Verónica)	43
Veintidós días para el encierro: Un análisis de la estrategia de comunicación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en la primera respuesta al Covid-19 (Dri, Gianfranco).	43
El streaming en Argentina: un fenómeno en crecimiento (Idiart, Sofía).....	44
“Por los pibes de Malvinas que jamás olvidaré”. Relatos de vida de excombatientes salteños desde una perspectiva comunicacional (Calbó, Fátima de los Ángeles y Mamani, Yamil Daniela Elizabeth).	45
De chico a héroe: la construcción de la figura de Messi en medios gráfico (Rodríguez Baffa, Facundo).....	46
 <i>Aula Virtual 13: La discursividad política en debate: entre pasado y presente</i>	47
Una mirada a Antonio Gramsci y la Escuela de Birmingham: la cultura como elemento clave en las transformaciones sociales (Guerin, Cecilia).....	47
De la frustración al resentimiento. Reconfiguraciones afectivas en la extrema derecha argentina (Rosso, Germán).....	48
<i>El Combatiente</i> . Las estrategias comunicativas desde la experiencia militante de Juan Carlos García del Val (Zeitler, Elías y Méndez, Ángeles).....	48
 <i>Aula Virtual 14: Ciudadanía y comunicación en la era de la Inteligencia Artificial</i>	49
Políticas públicas, desigualdades y desafíos: presentación del proyecto de investigación sobre inteligencia artificial en el nivel educativo medio y superior de la ciudad de Salta (Chachagua, Rosa; Riveros, Elías; Arcienega, Jesica; Corte, Guadalupe y Coca, Nicolás).	49
Ciudadanía digital y políticas públicas: un estudio sobre desigualdades digitales en el marco de la implementación de la IA en el ámbito educativo (Argentina, 2023-2024) (Cruz, Anita Micaela y Barrios, Gabriela).....	50
Medios de comunicación y periodismo ante el nuevo escenario que plantea la Inteligencia Artificial Generativa	



(Di Domenica, Sebastián)	51
Periodismo de investigación: experiencias y desafíos en la era de la IA	
(Loto, Norma).....	51
El Impacto de la Inteligencia Artificial en las prácticas comunicacionales de los futuros profesionales de la comunicación	
(Montenegro, María Emilia y Godoy, María Magdalena).....	52
La escritura en ciencia y la inteligencia artificial, ¿pueden mejorar la comunicación?	
(Suárez, Ana Isabel).....	52



Presentación

Hace ya muchas décadas, el campo de la comunicación (la masiva o la interpersonal) ha venido dando muestras de ser el ámbito de un inédito dinamismo innovador. Año a año, se acumulan las mejoras técnicas que producen un impacto capaz de incidir sustancialmente en nuestros vínculos sociales, el trabajo y el ocio.

Las redes sociales han dejado de ser una novedad y el desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) actúa como un mayor desafío, poniendo en discusión disciplinas y tareas.

Para nosotros, desde la universidad, las preguntas acerca del enseñar y el aprender se rediseñan. Y sin terminar de asimilar esta novedad, en el horizonte empiezan a despuntar otras. Quizás la más inquietante sea la tecnología capaz de convertir la información producida por un cuerpo humano, en datos factibles de ser archivados de modo digital. ¿Ocurrirá que un chip forme parte del nuestro cuerpo como si fuera un órgano más? ¿Podremos tener una memoria digital (que registre saberes y experiencias) insertada en el cuerpo? ¿Estarán estos dispositivos exentos de los avatares de toda tecnología? ¿Podrá ser hackeada, divulgada o manipulada? ¿Quizás permita transferir o intercambiar las memorias entre diversos cuerpos? Sin pretender hacer futurología, no pueden ignorarse estos escenarios posibles si se tiene en cuenta que hace no mucho los interrogantes se generaban en torno a la fertilización asistida, el trasplante de órganos o las máquinas capaces de aprender.

Cuando se piensa sobre las implicancias de los adelantos de la IA y en estos potenciales nuevos desarrollos en relación a los procesos de enseñanza y aprendizaje, se abren interrogantes de una gigantesca complejidad.

Interpelados por tales interrogantes no queremos que la indagación teórica quede a la zaga de la evaluación de las innovaciones tecnológicas. Consideramos que las Jornadas de Investigación en Comunicación de UCES, que ya cuentan en su haber con una década y media, son un espacio que habilita y fomenta el intercambio entre aquellos que quieren reflexionar sobre un escenario cambiante.

Como podrá apreciar al lector, la presente edición de la **Memoria de Resúmenes de las Jornadas de Investigación en Comunicación de UCES** contiene numerosos trabajos sobre las transformaciones en el plano de la producción de contenidos mediáticos, la educación y el periodismo, entre otros tópicos, a partir de la proliferación de herramientas digitales con IA. En estas páginas es posible hallar nuevas preguntas para fenómenos inéditos, pero también la persistencia de una distancia reflexiva que permita distinguir lo esencial de lo contingente, lo duradero de lo circunstancial; evaluación crítica muchas veces ausente ante el entusiasmo por la novedad.

Pensamos que esta *Memoria* es una suerte de panorama abarcativo en el que se conjugan los diversos intereses que constituyen un campo en permanente evolución, como lo es el de la investigación en comunicación.



Nuevamente este año, las **Jornadas de Investigación en Comunicación de UCES** permiten apreciar las transformaciones teóricas y la emergencia de nuevos objetos de estudios por parte de investigadores de toda América Latina. Es un ámbito abierto y plural, predispuesto a alojar las inquietudes de todos aquellos que no quieren perder el paso ante los retos que nos plantea constantemente el presente.

Lic. Rut Vieytes
Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales



DÍA 1: martes 27 de agosto

Aula Virtual 1: Matar al mensajero. Polarización afectiva y Fact Checking en Redes Sociales (Conferencia inaugural a cargo de la Dra. Natalia Aruguete, UNQui-CONICET)

La charla de Natalia Aruguete ofreció una mirada aguda y crítica sobre el fenómeno de la polarización en las redes sociales. Uno de los aportes más valiosos de su exposición fue señalar que incluso las estrategias de *fact-checking* —que en principio buscaban corregir errores y combatir la desinformación— podían quedar atrapadas en las lógicas polarizantes del debate público.

Entre los puntos clave que planteó, se destacaron:

- La reacción diferencial a los mensajes: Aruguete remarcó que nuestra respuesta a la información dependía de si el mensaje confirmaba o desafiaba nuestras creencias previas. Esta distinción entre mensajes proactitudinales y contraactitudinales (aquellos que confirman nuestra posición y aquellos que la desafían). En otras palabras, no bastaba con que un mensaje fuera racional o correcto; lo que importaba era cómo se inscribía en las creencias del receptor.
- La no equivalencia comunicacional de los contenidos: Este punto subrayó que la lógica formal no era suficiente para la persuasión o la difusión. Dos mensajes que decían lo mismo desde un punto de vista lógico podían tener efectos completamente opuestos en la audiencia, dependiendo del marco emocional, ideológico y narrativo en el que se presentaban.
- El comportamiento en redes y la circulación de la verdad: Aruguete planteó que en las redes sociales las “verdades” eran menos hechos objetivos que formas de reafirmar identidades. Compartimos lo que nos representa, no necesariamente lo que era más verdadero. Y cuando una verificación contradice nuestras creencias, no la compartimos. Así, incluso el chequeo de datos se convierte en un acto político, no simplemente informativo, al quedar atrapado en la polarización.

En conjunto, la charla invitó a reflexionar sobre los límites del *fact-checking* tradicional en contextos altamente polarizados y sobre la necesidad de pensar la comunicación política más allá de la verdad factual, considerando aspectos emocionales, identitarios y estratégicos en la circulación de la información.



Aula Virtual 2: Emprendedurismo y comunicación. Experiencias y balances

Emprender la comunicación desde la sociedad en red. El caso de una empresa del NEA

Autores: Álvarez, Hernán y Torres, Eduardo.

Pertenencia institucional: Universidad de las Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).
Universidad Nacional de Nordeste (UNNE).

Palabras clave: Emprendedurismo- Comunicación.

E-Mail: hernanescribe@hotmail.com; eduardo.torres@comunidad.unne.edu.ar

Esta ponencia tiene como objetivo exponer conceptos de comunicación digital en la sociedad red y una experiencia de emprendedurismo en comunicación en empresas privadas del Nordeste argentino como un caso de estudio. Pensar el emprendedurismo en comunicación desde la sociedad en red significa retomar las enseñanzas de autores como Manuel Castells, Carlos Scolari y José Van Dijk y tantos otros que aportaron bases teóricas sobre las prácticas, los modos, las formas y la arquitectura de una sociedad que está íntegramente cruzada por sistemas de redes de comunicación digital. Pensar la sociedad en modo red para armar estrategias de comunicación en organizaciones privadas y públicas implica organizar y reinventar vínculos con las audiencias, consumidores y ciudadanos. Pensar la sociedad red consiste en asumir la necesidad de pasar del paradigma informacional, del modelo comunicacional de uno a muchos, a la difícil tarea de producir desde el paradigma de la comunicación participativa/interactiva con el modelo de muchos a muchos. Este modelo participativo implica pensar a las audiencias desde una mirada multifacética de demandas e intereses para la producción de narrativas digitales como contenidos en el ecosistema de medios. La cultura participativa en red requiere de acceso a las tecnologías y a la conectividad, pero también de conocimientos para elaborar propuestas de narrativas digitales como contenidos que despierten interés en las audiencias. Qué narrativas armamos con la gente y para la gente. La experiencia profesional que exponemos aquí es del área comunicacional de la Agroveterinaria Taraguí como un caso para estudiar estrategias de comunicación con sus clientes y potenciales clientes como comunidades en modo red. El enfoque apunta a estrategias para generar vínculos con las audiencias para la promoción de la marca y la identidad de la empresa. Tras la salida de la pandemia de Covid-19, que afectó vínculos reales de la comunicación interpersonal por las restricciones a la presencialidad en espacios físicos, la empresa de este estudio de caso decidió impulsar un área de comunicación para gestionar el vínculo con el público consumidor mediante variados usos y estrategias del ecosistema digital de medios. De funcionar como un comercio tradicional sin desarrollar la comunicación externa, pasó a gestionar en modo red y potenciar su producción comunicativa en sentido multiplataforma, multimedial y desde distintos dispositivos. Luego de montar su infraestructura de redes y vínculos, se encuentra en plena etapa de mostrar estrategias con contenidos para que las audiencias participen en las narrativas que les resultan de interés y que sirven para promover la marca y la identidad de la empresa en el ámbito del rubro comercial de la salud animal y la ganadería. La experiencia es, en tanto, que la empresa no solo se dedique a vender productos para el campo. Ahora, en la sociedad red, también pasa a gestionar la comunicación con propuestas narrativas en red sobre los temas de interés para sus clientes y audiencias múltiples.



Ecosistema de emprendimientos de medios digitales (2024-2026)

Autoras: Rolla, Laura y Vallejos, Mónica.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD- UAI/ CAECS.

Palabras clave: Emprendimientos Digitales - Nuevos Medios- Exploración- Recursos.

E-Mail: laurolla@gmail.com

El término “emprendimiento digital” refiere a compañías que nacen desde la digitalización utilizan las nuevas tecnologías de manera intensiva para mejorar operaciones, inventar modelos novedosos de negocios y desarrollar inteligencia estratégica, a partir de la creación de los empleos y las oportunidades de crecimiento del futuro.

Las nuevas tecnologías facilitan y amplían la posibilidad de acceder a grandes volúmenes de información de diferentes fuentes. Las plataformas de crowdsourcing o las que permiten lanzar encuestas en línea a un público objetivo.

Los cambios contribuyen a la emergencia de nuevos modelos de negocios que afectan no solo la forma en que se crea valor, sino también la forma en que este se entrega y captura.

La “brecha digital” tiene un componente hard que se relaciona con el acceso y la calidad de la infraestructura digital pero también con un componente soft vinculado a las capacidades digitales de la población y la cultura digital. Este punto depende de si la sociedad usa estas plataformas y cuál es su nivel de confianza en ellas.

En los últimos años, el emprendimiento en medios de comunicación digitales ha ganado popularidad como opción atractiva por el aumento del uso de dispositivos móviles y la facilidad de acceso a Internet. Esto ha llevado a una amplia gama de oportunidades de negocio, como la creación de contenido, el marketing digital y la venta de productos digitales.

Un desafío es el constante cambio en las tecnologías y las tendencias que acercan competidoras. Las empresas de medios de comunicación digitales deben estar al tanto de los cambios en el mercado y adaptarse rápidamente para mantenerse relevantes. Si la publicidad es una fuente importante de ingresos en este modelo de negocio, también hay otras opciones, como la tradicional suscripción, la creación de contenido de marca y la venta de productos digitales.

Nuestra investigación se plantea explorar el ecosistema de nuevos medios digitales en Argentina y sus vínculos con los espacios de formación en Comunicación, en particular las universidades.

La nueva era digital y otros retos para la industria editorial mexicana

Autora: Torres Sandoval, Verónica.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional Autónoma de México.

Palabras clave: Industria Editorial- Nueva Era Digital- Innovación Tecnológica- Economía Naranja.

E-Mail: v@unam.mx

En la diversidad de productos y expresiones culturales disponibles en nuestros días, la palabra escrita depositada en productos editoriales continúa siendo la piedra angular que



documenta, explica y transforma nuestra cultura y nuestra cotidianidad. De esta forma, las transformaciones de la industria editorial requieren de nuestra atención para comprender mejor nuestra realidad. Todavía hoy, en las inmediaciones de la pandemia de Covid-19, observamos un antes y un después en las prácticas y consumos editoriales a nivel mundial. En México, por ejemplo, esta etapa propició un aceleramiento en la adopción de procesos de digitalización que, en muchas organizaciones editoriales, había quedado en el rezago. A la vez, como ocurrió con otras actividades económicas, la actividad editorial se vio en la necesidad de reestructurarse ante las exigencias de la nueva era digital y de la sostenibilidad.

De esta forma, la desaparición de oficios y tareas tradicionales de la mano del surgimiento de nuevas soluciones para la integración de elementos como la inteligencia artificial, redes y plataformas socio-digitales, entre otros, nos llaman a formular nuevas aproximaciones para el estudio y comprensión del quehacer editorial contemporáneo. En este contexto, surgen nociones como la del ecosistema editorial y la nueva red de valor del libro, redefiniendo así tanto a la cultura escrita como a la cultura lectora de nuestros tiempos.

Igualmente, la identificación de otros factores que influyen en el desarrollo de esta industria y determinan la coexistencia de productos digitales y físicos es esencial para explicar el impacto de la competencia directa e indirecta en este sector. Esto nos lleva a debatir en torno al papel de la industria editorial en la economía naranja, el entretenimiento, la educación y, claro está, en la comunicación del conocimiento.

Aula Virtual 3: Presentación de la Revista UCESDG

El peso de la imagen en la construcción del relato. El caso Vivian Meier

Autores: Dillor, Alejo y Ferrando, Andrea.

Pertenencia institucional: Universidad del Salvador (USAL).

Palabras clave: Vivian Meier- Veracidad- Legitimación- Documental.

E-Mail: alejodillor@gmail.com

El presente trabajo se propone analizar el estatuto de realidad de la imagen fotográfica tomando como caso de análisis el cuerpo de obra de Vivian Maier y el documental de John Maloof, *Finding Vivian Maier*, con el fin de indagar en los distintos modos de construcción de relatos.

En ese sentido, nos interesa preguntarnos sobre los mecanismos de inserción y legitimación de las obras de arte en el campo artístico, al mismo tiempo que abordaremos el peso simbólico de la imagen documental dentro de este tejido de relaciones.

Para ello, en la primera parte se narran los pormenores del descubrimiento y recorrido de la obra de Maier a través del documental de John Maloof junto a la cuestión de la legitimación de la imagen en el campo del arte, para luego indagar sobre el peso de la imagen en la aceptación del relato. Para estos estudios se utilizarán conceptos extraídos de diferentes autores tales como Roland Barthes, Pierre Bourdieu, Susan Sontag, entre otros.



El fortalecimiento del programa educativo del diseñador gráfico en México. Análisis de la relación entre la promesa formativa y el futuro laboral

Autoras: Magaña Fajardo, Carolina y Solórzano Zavala, Mónica.

Pertenencia institucional: Universidad Anahuac (México).

Palabras clave: EGEL-DG- Perfil de Egreso- Inserción Laboral- Evaluación Educativa.

E-Mail: monica.solorzano@anahuac.mx

Este documento analiza el efecto de la evaluación externa EGEL-DG realizada por el Ceneval a los estudiantes de último semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Anáhuac México, campus sur (UAMS). Dicha evaluación mide competencias en tres áreas clave: Diseño de Comunicación Visual, Producción de Proyectos de Diseño Gráfico, y Gestión del Diseño Gráfico, alineándose con las metas formativas de la carrera y preparando a los alumnos para el mercado laboral (Ceneval, 2023). A través de un enfoque de relación causal, se examinan los objetivos de esta evaluación, su vínculo con el currículo académico, y el impacto en la preparación profesional de los estudiantes.

Se incluye un análisis de encuestas de salida y entrevistas a egresados para evaluar los resultados y ajustes realizados en el programa educativo con el objetivo de satisfacer las demandas laborales actuales. De esta manera, el presente documento responde a las preguntas ¿en qué beneficia la evaluación externa EGEL DG de Ceneval al programa educativo de Diseño Gráfico de la UAMS? y ¿cómo esto incide en la inserción laboral del nuevo profesionalista?

Identidades contrastadas en el manejo de la imagen

Autores: Romero Becerril, Julio César y Velázquez, Daniela.

Pertenencia institucional: Universidad Autónoma de México (UAM).

Palabras clave: Identidad Positiva- Identidad Negativa- Imagen.

E-Mail: danielavelazquezruiz@gmail.com

El concepto de identidad, desde su manejo occidental en la cultura griega clásica, ha encontrado aplicación en un amplio abanico de áreas, aparentemente tan distantes como las matemáticas o la psicología social. Sin embargo, en las ciencias sociales, particularmente la sociología y la antropología, el concepto se ha desarrollado al punto de integrar teorías completas que se articula invariablemente con el concepto de cultura.

La identidad como una esfera que comprende la entidad biológica y los preceptos socio-culturales, definen al individuo en su actuar colectivo, la reciprocidad de los elementos arrojados por el entorno, modifica de manera continua su quehacer y el modo de existir. La comunicación visual como disciplina, construye discursos positivos o negativos, los cuales impactan en las identidades individuales y colectivas, de ahí la importancia de reflexionar sobre el diseño de la misma. el presente documento rescata campañas de comunicación en tiempos de pandemia implementadas en México a fin de contrastar y reflexionar su alcance e impacto.



Las carreras de diseño gráfico en la Argentina en el siglo XIX (2002-2014)

Autora: Marozzi, Sofía.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

Palabras clave: Diseño-Contexto- Argentina- Educación- Universidad.

E-Mail: sofiamarozziidi@gmail.com

Este trabajo tiene como objeto analizar el contexto histórico de creación de las carreras de diseño en Argentina durante el período (2002-2014). Se presentará un análisis del contexto económico y un análisis sobre las principales políticas destinadas a la educación superior. Por otro lado, desarrollaremos puntualmente los dos casos a analizar y se describirán algunas características vinculadas al contexto nacional, local y provincial detectadas en las fuentes primarias analizadas (resoluciones de creación de carrera, información pública, planes de estudio, proyectos institucionales etc.). Por último, se presentarán algunas aproximaciones sobre la relación entre el contexto histórico descrito y la creación de carreras de diseño en el período.

Nuestro trabajo se desprende del proyecto de tesis Historia de las carreras de diseño en universidades públicas nacionales de Argentina (1958-2014) y tiene como objeto estudiar el contexto histórico al momento de la creación de las carreras de diseño. El mismo aborda la historia de la formación disciplinar del diseño en la educación de grado en Argentina, enfocándose particularmente en el contexto histórico de la creación de las carreras. La historia del diseño en nuestro país como núcleo temático, se encuentra enfocada para su estudio y su enseñanza en referencias a los casos de las escuelas europeas. El aporte del proyecto de investigación es analizar los contextos de creación de las carreras de diseño desde una perspectiva federal, y distanciarse del enfoque que toma como categorías de análisis los casos europeos y las biografías de los referentes del diseño en Argentina. Dentro de las hipótesis que se trabajarán en el escrito analizaremos la siguiente: la creación de las carreras de Diseño en la Argentina, se relaciona con las urgencias de los proyectos productivos nacionales, provinciales y municipales durante el período (1958-2014). Para poder analizar los 17 casos de universidades nacionales con propuesta académica de diseño, se establecieron criterios de clasificación que incluye una propuesta de periodización. En ese sentido se establecieron tres períodos que se encuentran delimitados por la apertura de la primera carrera de diseño en Argentina en Mendoza en el año 1958, y la última identificada en la ciudad de Hurlingham, provincia de Buenos Aires en 2014. Posteriormente se abrió la carrera en la Universidad Nacional de Moreno en 2021.

Aula Virtual 4: Sentidos, prácticas y consumos juveniles

Juventudes y ESI: un estudio sobre sentidos y percepciones en una escuela pública salteña

Autora: Calbó, Fátima de los Ángeles.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de Salta (UNSa).

Palabras clave: ESI- Juventudes- Comunicación/Educación.

E-Mail: fcalbo02@gmail.com



Esta ponencia se propone comentar algunos avances de un trabajo mayor que es la tesis de grado denominada “La Educación Sexual Integral (ESI) para lxs jóvenes: Un estudio sobre los sentidos que circulan alrededor de la ESI en las juventudes de sectores populares, en el año 2023”. La misma se propuso indagar acerca de los sentidos que se circulan alrededor de la ESI en jóvenes de un colegio secundario público de la zona sudeste de Salta Capital. Entendemos que las y los jóvenes construyen sentidos respecto a la ESI que no son contemplados en la implementación de la política pública, y obstaculiza una efectivización real de la misma. Sin atender a un contexto cada vez más diverso y con una activa participación de lxs jóvenes se observó que la implementación de la ESI desde las escuelas secundarias ha sido relegada a los métodos de prevención y los peligros de acarrear enfermedades como VIH o SIDA. Así, al abordaje de la ESI en Salta se le agrega un factor por ser una de las provincias más conservadoras del país; la ESI desde su obligatoriedad en las escuelas estuvo sometida a prejuicios, estigmas y resistencias por parte de docentes y padres.

Para obtener las voces de los jóvenes, apelamos a varias herramientas de recolección de la información: encuestas, talleres, observaciones y notas de campo. Esta investigación fue abordada desde el campo de la Comunicación/Educación en tanto campo transdisciplinar y político, desde allí indagar en las juventudes y la ESI. Además, se analiza desde una perspectiva crítica en torno al lugar de los procesos educativos y el que desplegamos como comunicadores en nuestras prácticas.

Consumos de ficción seriada audiovisual en juventudes universitarias: los algoritmos en el fin del mundo

Autoras: Car, Valeria; Naranjo, Cinthia y Alegre, Florencia

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF).

Palabras clave: Consumos Juveniles- Algoritmo- Plataformas-

E-Mail: vcar@untdf.edu.ar

En la actualidad, y luego de un contexto de pandemia que nos recluyó a los espacios domésticos e intensificó diversas formas de consumo, la oferta de contenidos en plataformas fue cobrando cada vez mayor protagonismo. El presente trabajo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2022) titulado Los consumos audiovisuales en las juventudes universitarias fueguinas: la ficción seriada en plataformas. Entre lo que buscan y lo que encuentran. Con el fin de indagar en los sentidos que los y las estudiantes atribuyen a los consumos en pantallas, y particularmente a consumos de ficción seriada, partimos de los resultados preliminares alcanzados como la evidente vergonzosa e intensa relación con la televisión con un mayor repliegue en los espacios privados del hogar; una intensificación de los consumos de ficción comercial en plataformas en streaming -especialmente ficción seriada-; y la emergencia de prácticas nuevas o poco habituales, así como la mayor recurrencia sobre diversos usos asociados a nuevos modos de compartir y estar con otros. Se trata en este caso de profundizar en la comprensión de los sentidos que las juventudes universitarias fueguinas atribuyen a sus consumos audiovisuales de ficción seriada a partir de algunas preguntas emergentes que sostienen esta investigación: ¿Cómo son los consumos audiovisuales seriados de ficción en las juventudes universitarias fueguinas en post pandemia?; ¿Se intensifican, fortalecen, debilitan las prácticas de consumos realizadas en contexto de aislamiento social?; ¿Cómo se manifiesta la perspectiva de género en los consumos de ficción audiovisual seriada?;



¿Cómo abordar central y transversalmente los sentidos que atribuyen en el proceso de consumo? ¿En qué medida la vergüenza a la televisión se relaciona con las diversas identidades universitarias de estas juventudes?; ¿Cuál es el posicionamiento crítico en el consumo de ficción audiovisual?; ¿Qué pasa con la serialidad en el consumo audiovisual de ficción en estas juventudes?; ¿Encuentran las y los estudiantes universitarios lo que buscan en sus consumos de ficción audiovisual?; ¿Cómo operan las dinámicas de los algoritmos y las rutinas productivas en la configuración de la oferta de ficción seriada hoy?. Respecto del acercamiento teórico nos inscribimos en las tradiciones de los Estudios Culturales Británicos, en diálogo con los Estudios Culturales Latinoamericanos; organizado en tres núcleos teórico conceptuales ya trabajados (consumos, mediaciones tecnológicas y juventudes) a los que incluiremos además la ficción seriada en plataformas.

Para comprender estos consumos como prácticas complejas de sentido, diseñamos una estrategia mixta, con predominio cualitativo a partir de una triangulación metodológica que involucra el relevamiento de consumos audiovisuales de plataformas, entrevistas semiestructuradas en profundidad y focus group a estudiantes; el procesamiento estadístico textual de los resultados a través del método Alceste. Para esta instancia presentaremos algunos resultados preliminares de encuestas sobre el consumo seriado de ficción en plataformas digitales por parte de estudiantes universitarios en Tierra del Fuego. También presentamos algunos resultados de las entrevistas semi-estructuradas en profundidad como instancia no cerrada del trabajo de campo y en proceso. Se espera aportar con trabajo empírico al conocimiento de las identidades de las juventudes universitarias y a las tradiciones que se inscriben en los estudios de recepción latinoamericanos que se encuentran en abierto debate acerca de sus horizontes y desafíos como campo de investigación.

Los graffitis como marcas de identidad: su función en los procesos de identificación, adhesión y pertenencia (Barrio Miguel Ortiz, Ciudad de Salta, Argentina)

Autor: Flores, Cristian.

Pertenencia institucional: UNSa.

Palabras clave: Imaginarios- Representaciones- Prácticas Sociales.

E-Mail: cristian.fbf@gmail.com

Los graffitis han tenido diferentes definiciones a lo largo de la historia y distintos modos de ser vistos o analizados. Desde aquellas miradas críticas y que asocian tales expresiones con connotaciones negativas -como el vandalismo o mensajes amenazantes- hasta quienes conciben en ellas expresiones de lo cotidiano, de la vida de la ciudad y más específicamente del barrio en donde estos se encuentren. Se puso especial atención en aquellos graffitis del tipo "tag" o firmas presentes en las calles del Barrio Miguel Ortiz de la Ciudad de Salta. Esto con el objetivo de analizar y comprender cómo estos se constituyen como marcas de identidad. A su vez se indagó en cómo la configuración de la ciudad juega un papel en las formas de habitar y pertenecer y como lo barrial se referencia en el espacio, la identidad, la ideología y las prácticas de sus habitantes. Se utilizó la fotografía y el cuaderno de campo como técnicas de recolección. Las fotografías de los graffitis se separaron y agruparon según un corpus, cuya finalidad era descartar y seleccionar aquellas que cumplan los criterios buscados. Se utilizó el método comparativo constante, realizando una categorización, para posteriormente mediante el análisis, encontrar temáticas recurrentes en los graffitis.



Como conclusiones, se obtuvo que los graffitis “tag” reflejan procesos identitarios y de identificación, y las maneras en la que los habitantes de la ciudad o barrio deciden mostrarse en determinado contexto social e histórico. Estas identidades pueden ser individuales, donde se plasman nombres propios de personas o apodos, o también colectivas, como parte de un proceso de adhesión a un grupo de pertenencia o a determinados valores. Además, se llegó a comprender cómo el vínculo de quienes realizan los graffitis con los lugares que habitan, condiciona la elección de los soportes donde se realizan estas firmas.

Abordaje de los sentidos de la maternidad en jóvenes estudiantes desde una perspectiva comunicacional

Autoras: Rodríguez, Jazmín Anahí y Romano Güemes, Constanza Rocío.

Pertenencia institucional: UNSa.

Palabras clave: Maternidad- Juventudes- Sentidos- Perspectiva de Género.

E-Mail: jazminanahi2317@gmail.com

Este resumen de ponencia presenta la investigación que realizamos como tesis de grado para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Este estudio se llevó a cabo en el Colegio Secundario N° 5169 del Barrio Siglo XXI ubicado en la zona sudeste de la capital salteña. El objetivo fue reconstruir, comprender e interpretar los sentidos que circulan y construyen las jóvenes en torno a las maternidades, haciendo foco en el contexto histórico, social y cultural. Esto nos permitió observar las transformaciones que este fenómeno ha experimentado en diferentes contextos temporales. Asimismo, analizamos cómo las culturas populares moldean y configuran la percepción y vivencia de la maternidad.

Es preciso señalar que lo analizamos desde la comunicación y en articulación con perspectiva de género, la cual “(...) supone un aporte fundamental para desarrollar críticamente elementos para construir sin exclusión y con equidad. Para ello es necesaria una reflexión crítica que favorezca los procesos comunicativos, entendidos como procesos de producción de saberes, prácticas y sentidos.” (Cremona y Spinelli, 2013, p.54). Dicho abordaje teórico nos permitió dejar de lado la mirada hegemónica-binaria que el sistema patriarcal ha impuesto a lo largo de la historia. Nuestro abordaje fue cualitativo puro y el método inductivo, puesto que se sostiene desde “la acción indagatoria que se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014, p.7).

Referencias

Cremona, F. y Spinelli, E. (2013). Género, comunicación y educación. *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*. (74), p. 53-56. ISSN 1668-5547. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34246/Documento_completo.com-672255G_nero_comunicacion_y_educacion.pdf?sequence=1&isAllowed

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M.P. (2014). Metodología de la investigación. México: Editorial Mexicana. McGraw-Hill / Interamericana Editores.



Hábitos de consumo y modos de percepción en redes sociales virtuales de estudiantes de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)

Autor: Ursi, Hernán.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)-UCES.

Palabras clave: Percepción- Hábitos de Consumo- Información- Identidad.

E-Mail: hernanursi@yahoo.com.ar

Pensar el hábito de consumo de contenidos digitales (portales informativos y periódicos digitales y redes sociales virtuales) supone reflexionar acerca del encuentro sistemático del individuo con su dispositivo electrónico. En este sentido cabe afirmar que el estudiante universitario, adulto joven que se objetiva aquí como unidad de análisis, apropia el objeto tecnológico y con el mismo, ritualiza acciones en torno del consumo del orden de lo informacional. Aunque pensar estrictamente en el plano informacional, acota el universo de análisis, harto más complejo puesto que por vía del equipo portátil el joven se vincula con un otro y suscribe a determinados posicionamientos ideológicos por medio de los cuales construye su identidad. También manifiesta su adhesión a determinados perfiles al tiempo que rechaza otros, colabora con causas sociales, debate e intercambia pareceres, es decir, lleva adelante actuaciones del orden de lo simbólico que le otorgan sentido a su existencia. No hay dudas de que el teléfono celular con acceso a internet se transmuta en una herramienta que extiende las facultades del individuo hasta niveles no imaginados siquiera en el siglo anterior, tan solo un par de décadas atrás. De manera que adscribimos aquí a la postura que explicita que el dispositivo tecnológico es una herramienta que le otorga continuidad al accionar humano que, en esencia, se centra en la interacción. Así, el consumo de contenidos digitales en la actualidad no acaba en el acceso a las noticias con el fin de informarse per se, sino que el acceso es en sí mismo un fin; es una forma de enlazarse con el ágora virtual y desde allí, desde un código de usuario y a través de diversas plataformas digitales, consumir e interactuar con la otredad, en definitiva, un hecho social. Ello implica considerar que el alumno de nivel superior, en los albores del siglo XXI, automatiza una práctica que le confiere no sólo anclaje en la realidad, puesto que la interconexión a internet supone acceso al mundo informacional, sino que también le permite satisfacer su pulsión orientada al goce, momento en que se distiende y consume el tiempo de ocio destinado a ligar y afianzar relaciones con sus grupos virtuales de pertenencia. De forma tal que el equipo portátil digital se transforma, como retomaremos más adelante con mayor precisión, en un objeto transicional que calma ansiedades latentes. De manera segmentada, en función de los intereses y deseos particulares, pero con un denominador común: la satisfacción de la necesidad de comunicación.

Aula Virtual 5: Experiencias en comunicación transmedia y educación

La inteligencia artificial como herramienta para la docencia. Un estudio exploratorio

Autora: Batres, Lisi.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional del Centro (UNICEN).



Palabras clave: Inteligencia Artificial- Docencia- Usos- Desafíos.

E-Mail: lisibatres60@gmail.com

Son cada vez más las herramientas que, motorizadas por inteligencia artificial (IA), permiten crear contenido en una gran variedad de formatos (texto, imágenes, audios, videos) de manera rápida. La enorme cantidad de fuentes de información a la que las inteligencias artificiales tiene acceso y la velocidad a la que llevan adelante acciones produce que se obtengan resultados prácticamente al instante. Se trata de una capacidad que un ser humano jamás podría desarrollar a ese nivel, con lo cual se torna un complemento interesante a la hora de trabajar. En el ámbito educativo, estos nuevos instrumentos se presentan como un desafío para las y los docentes. El presente estudio tuvo como objetivo indagar, de manera exploratoria, algunas aplicaciones de acceso gratuito que permiten crear texto, imágenes y presentaciones con fines educativos e identificar oportunidades, fortalezas, debilidades y desafíos de la inteligencia artificial en el marco de la docencia. Entre los resultados observados, se destaca que las herramientas son muy útiles para producir material de clase, tales como diapositivas, esquemas y tablas, resolviendo de manera sencilla cuestiones vinculadas a los aspectos técnicos y de diseño. Por otra parte, también se identificaron una serie de dificultades y desafíos en su uso. Entre ellos cabe mencionar especialmente la necesidad, por parte de los y las docentes, de incorporar nociones básicas vinculadas al mecanismo de producción de contenido utilizado por las inteligencias artificiales para hacer un uso efectivo de las herramientas.

Competencias mediáticas en las trayectorias educativas de jóvenes salteños

Autores: Chauqui, Camila y Soto, Luis.

Pertenencia institucional: UNSa.

Palabras clave: Alfabetización Digital- Competencias mediáticas- Brechas Digitales- Trayectorias Educativas.

E-Mail: b.luisoto@gmail.com

Este proyecto explora cómo la alfabetización y las competencias mediáticas se configuran en las trayectorias educativas de los jóvenes salteños, centrándose en estudiantes del Colegio San Agustín. En la era digital, las TIC transforman el acceso al conocimiento y la comunicación, permitiendo a los estudiantes desarrollar habilidades que influyen la producción y transmisión de conocimiento. Las TIC no solo proporcionan nuevos lenguajes y visiones del mundo, sino que también presionan para transformar los modos de enseñar y aprender.

Las competencias mediáticas son esenciales para el desarrollo integral de los jóvenes, implicando la habilidad para acceder, analizar, evaluar y crear contenido mediático. Sin embargo, la brecha digital, exacerbada por factores socioeconómicos y estructurales, afecta significativamente las trayectorias educativas en Salta. Esta brecha se refleja en las diferencias de acceso a la tecnología y conectividad entre estudiantes de escuelas públicas y privadas, y se ve agravada por políticas públicas inadecuadas y la falta de inversión en infraestructura tecnológica.

El contexto político actual introduce preocupaciones adicionales sobre la posible desfinanciación estatal, lo cual podría agravar las desigualdades en el acceso a la tecnología y la educación. La falta de apoyo adecuado a los programas de formación docente y alfabetización digital limita la capacidad de integrar competencias mediáticas en el currículo educativo.



Este estudio se propone analizar los procesos de alfabetización mediática mediante TIC en jóvenes salteños, identificando las tecnologías utilizadas, las competencias desarrolladas dentro y fuera del aula, y examinar las desigualdades de acceso en el contexto de la provincia de Salta. La investigación se enmarca en la interrelación entre comunicación y educación, destacando la necesidad de políticas efectivas que aseguren un acceso equitativo a la tecnología para promover una educación más inclusiva y equitativa.

Derechos digitales en escenarios de cultura viral, haters y grooming

Autora: Mendía Vitancor, Romina.

Pertenencia institucional: UNSa-Universidad Nacional de Jujuy (UNJu).

Palabras clave: Cultura Digital- Haters- Grooming- Derechos Digitales.

E-Mail: mendiarominav@gmail.com

Con las transformaciones de la creciente cultura digital se interpreta que la innovación tecnológica y científica trajo consecuencias en la reproducción de lo social y lo económico-político. En relación a esto, es evidente que tanto los lenguajes como las dinámicas sociales son mutables en concordancia a cada avance tecnológico y a su vez, crean enunciados y significados que trascienden en el tiempo. Las redes digitales se construyeron como un espacio virtual en donde los particulares cuentan con plataformas mediadoras de lo social, en un ecosistema de pantallas donde, imágenes, escrituras electrónicas y materiales audiovisuales se reproducen de una manera incontable.

Entonces, ¿de qué forma el efecto viral adquiere relevancia? El material no necesariamente tiene que contar con una buena calidad de sonido e imagen, pero se puede deducir que las audiencias otorgan ese algo que decir cuando se trata de una producción audiovisual, ya sea a partir del impacto emocional que trae, una situación de algún personaje reconocido que muestra su lado oculto, o su carácter casi masivo en donde el estratégico algoritmo saca provecho de la situación. Dichas tensiones se replican fuera de lo virtual o de manera inversa y esto en muchas ocasiones, promueve conflictos entre los intereses de distintos grupos e individuos. A través de la observación no participante y entrevistas a usuarios de audiencias juveniles se ha tomado datos de la dinámica de la escritura electrónica, haters, el efecto viral, cuentas falsas y el grooming. La intención de este trabajo es abordar cada una de estas cuestiones que están atravesadas en un caso acontecido en el Instituto de Enseñanza Media "Dr. Arturo Oñativia", perteneciente a la Universidad Nacional de Salta en el año 2022.

Percepciones de los docentes del nivel secundario sobre la construcción de "zonas de pasaje"

Autora: Nieva Agrea, Mercedes.

Pertenencia institucional: UNJu.

Palabras clave: Nivel Secundario- Universidad- Lectura Académica- Escritura Académica.

E-Mail: mnievaagreda@fhyics.unju.edu.ar



Este trabajo explora las percepciones que tienen los docentes del nivel secundario sobre la construcción de “zonas de pasaje” entre el nivel secundario y universitario en el marco de los talleres llevados adelante por el Programa de Lectura y Escritura Académica (PROLEA) de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (FHyCS-UNJu).

Los datos recolectados surgen de la aplicación de una encuesta *online*, semiestructurada y autoadministrada, y la realización de una entrevista grupal con los docentes del nivel secundario que respondieron a la convocatoria del programa durante los años 2023 y 2024.

Como resultado, se obtuvo que los docentes perciben como beneficiosa la iniciativa de la universidad en la construcción de “zonas de pasaje”, ya que tiende puentes para que los estudiantes del nivel secundario tengan un primer acercamiento a la comunidad académica y a las prácticas universitarias.

Las percepciones de los docentes se sintetizan en tres pilares: 1) necesidad, 2) oportunidad y 3) vinculación; éstos son interdependientes y complementarios. La necesidad hace referencia a aquella carencia que es percibida por los docentes del nivel secundario en sus estudiantes, tales como la dificultad en la comprensión lectora y de escritura académica; la oportunidad es descripta como el hacer propicio un espacio para que esa necesidad sea cubierta de manera tal que los estudiantes puedan adquirir herramientas para acceder al ámbito universitario de manera más amigable; y la vinculación hace referencia al tomar contacto con el nivel universitario a través del conocimiento de la comunidad discursiva y de los géneros académicos.

El aula extendida: podcast educativo como recurso transmedial

Autora: Pellegrino, Mariana.

Pertenencia institucional: UBA- UCES.

Palabras clave: Aula extendida - Podcast - Transmedia – Hibridez en Educación.

E-Mail: marianapellegrino@gmail.com

Este proyecto surgió de la cuarta convocatoria UBA-TIC “Potenciar la enseñanza en el nivel superior a través de las nuevas tecnologías”. “El aula extendida: podcast educativo como recurso Transmedial”, proyecto dirigido por Mariana Pellegrino, resultó ganador al proponerse el diseño de instrumentos tecnológicos y metodológicos para la implementación de una serie de podcasts educativos que promoviesen en las/los estudiantes la integración de contenidos curriculares y extracurriculares vinculados con la edición digital y el estudio del comportamiento migratorio de las audiencias digitales.

Con el subsidio recibido se desarrolló la serie de podcast: “Memoria Digital” intentó acentuar la integración de contenidos tanto curriculares como extracurriculares de la materia Edición Electrónica y Multimedia (Carrera de Edición de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires) entre los estudiantes, a fin de acompañar su trayectos educativos ofreciéndoles material para completar la experiencia de los teóricos de la materia en un formato similar al de sus consumos culturales y un tanto más alejado al de los materiales tradicionales de estudio (libros, apuntes, fichas de cátedra, etc.). El podcast en cuestión también se puso a prueba en el dictado de la materia Sujetos, Grupos y Audiencias (carrera de Comunicación, UCES). El proyecto se desarrolló durante los años 2022/23, y se implementó a partir del segundo cuatrimestre de 2023. Se buscó introducir un formato corto, conversacional y más “informal” que pudiera ser consumido junto con otros productos no asociados al estudio para



despertar el interés para abordar la bibliografía más profunda de la materia o, al menos, seguir el hilo de los teóricos hasta que llegue la instancia de estudio. El efecto de la “escucha” del contenido se evidenció en el desempeño de las y los estudiantes de ambas universidades durante las distintas evaluaciones de las materias.

Del pizarrón a la revista: desafíos para la comunicación del conocimiento administrativo en el ámbito académico

Autora: Torres, Verónica.

Pertenencia institucional: UNAM (México).

Palabras clave: Comunicación del Conocimiento Académico- Difusión y Divulgación- Ciencias de la Administración- Revistas Académicas.

E-Mail: v@unam.mx

Con frecuencia, las revistas académicas emanan de espacios educativos o de investigación donde las temáticas que desarrollan son congruentes con su campo de conocimiento, siendo dos las grandes vertientes características de esta producción editorial: la dirigida a pares – donde se asume que sus destinatarios serán concedores e incluso expertos en ciertos tópicos – y la dirigida “al público en general”, donde en esa indefinición se entrevé que lo que se escriba será leído por una audiencia no necesariamente versada en los contenidos que reciba.

Participar en este tipo de publicaciones implica interesantes desafíos para los especialistas de todos los campos del saber y el de las disciplinas administrativas no es la excepción. Por su perfil profesional, la mayoría de quienes se habilitan como autores y editores en este contexto transitan de la docencia a la escritura académica sin necesariamente haber contado, en su formación original o experiencia laboral, con las herramientas y destrezas que favorecerían una adecuada práctica de comunicación del conocimiento en los medios de publicación propios del ámbito escolar.

Dado que publicar en revistas académicas suele ser una exigencia laboral, sería de esperarse que las instituciones educativas integraran a sus profesores en programas de capacitación y adiestramiento adecuados, dándoles también amplias oportunidades para ser publicados. No siendo siempre este el caso, es común que los docentes se habiliten a sí mismos como autores y que financien sus publicaciones.

Por lo anterior, en la comunicación académica del conocimiento administrativo, la expresión escrita y la profesionalización editorial requieren de un abordaje especializado que facilite el desempeño exitoso y duradero del personal docente en este tipo de tareas. En este horizonte, con esta ponencia se comparten reflexiones resultantes de un análisis crítico de recuentos de experiencias y observación del desempeño de profesores universitarios que colaboran en revistas académicas de administración en México.



DÍA 2: miércoles 28 de agosto

Aula Virtual 6: Adaptaciones en innovaciones en cine y televisión

Lo vincular: diferentes dispositivos de lenguaje narrativo en la transposición de Las siamesas

Autor: Beker, Osvaldo.

Pertenencia institucional: UBA-UCES.

Palabras clave: Cine- Literatura- Adaptación.

E-Mail: bekerosvaldo@gmail.com

En 1945, Herbert Read destacó que la cualidad que hacía distintivo al arte de escribir podía describirse con una sola palabra: visual. Para Read, toda buena literatura tenía que transmitir imágenes a través de las palabras, es decir, tenía que hacer “ver a la mente”. Muchas veces, en la comparativa entre un texto y su adaptación audiovisual, la mente ve cosas en el texto de partida que luego están ausentes en el texto de llegada. Ese efecto de reconocer diferencias entre imágenes (narrativas y audiovisuales) es quizás la primera forma de crítica (la más rudimentaria y primitiva) en todo análisis de una adaptación.

No obstante, muchas veces el texto inicial es solo el combustible que da origen a un elemento independiente que será una obra nueva, con sus matices y lenguajes propios. Otras, la adaptación hace ver a la mente imágenes tan similares a las procuradas por el hipotexto que es inevitable hablar de “fidelidad”. La historia que se narra en *Las siamesas*, tanto en la película dirigida por Paula Hernández (2020) como en el cuento homónimo de Guillermo Saccomanno, parece atravesada por lo vincular, y su trabajo de transposición parece ofrecer al lector aquellas mismas imágenes contenidas en el texto de partida, solo que generadas por dispositivos narrativos diferentes, propios del lenguaje audiovisual.

En el contexto de los estudios sobre las transposiciones, el siguiente artículo (que se enmarca en una investigación en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales) subraya algunos aspectos relevantes sobre la adaptación cinematográfica de *Las siamesas*, de Guillermo Saccomanno, y cómo su paso a la pantalla recrea ciertos efectos literarios a través del montaje cinematográfico.

Black Mirror, una serie distópica que conjuga fenómenos de retoma

Autoras: García Uriburu, María José y Steinberg, Lorena.

Pertenencia institucional: UBA.

Palabras clave: Sociosemiótica - Retomas Discursivas - Ficción Seriada- Recepción.

E-Mail: majo_uriburu@hotmail.com

En la actualidad, los avances en el ámbito de la tecnología han modificado de manera significativa los fenómenos discursivos de las retomas, en especial, en el cine, la televisión, y el hipermedio internet, tomando en consideración los continuos flujos y retroalimentaciones discursivas que se manifiestan en el actual contexto de digitalización de la cultura (“cultura de la convergencia”, según Jenkins, 2008).



Bajo el rótulo “retoma” se sintetizan los conceptos y reflexiones que se habilitaron a partir de la década del 70, alrededor de la definición intertextual de la vida discursiva (Bajtín, 1985). En el dominio de la teoría literaria, Genette (1989) llevó a cabo una exhaustiva obra de delimitación y clasificación de los diferentes modos de lo que llamara “transtextualidad”.

La investigación se inscribe en el Proyecto: “Fenómenos discursivos emergentes, consolidados y residuales: retomas en época de hipermediaciones, dirigido por Amparo Rocha, con sede en la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

La Teoría de los Discursos Sociales parte de dos hipótesis que guían, además de la propuesta conceptual, la analítica. Por un lado, “toda producción de sentido es necesariamente social”. Por el otro, “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido”. (Verón, 1987: 125). De esta manera, el análisis sociosemiótico que la teoría plantea busca dar cuenta del sistema que produjo un discurso: a partir de la descripción de lo que aparece en su superficie textual intenta reconstruir el proceso. Dicho en otros términos, a partir del producto, busca reconstruir las gramáticas que rigieron las prácticas discursivas de los sujetos. Puntualmente, el objetivo es analizar, desde un abordaje sociosemiótico, las gramáticas de reconocimiento a partir de las modalidades de lectura predominantes de la serie Black Mirror, que se pueden observar en la fan page de FB y X de Black Mirror para dar cuenta de los las operaciones de sentido en sus tres dimensiones (icónica, indicial y simbólica) y de fenómenos de retoma discursiva que se pueden destacar.

Referencias

- Bajtín, Mijail (1985) “El problema de los géneros discursivos” en *Estética de la creación verbal*, México, Siglo XXI.
- Genette, Gerard (1989) *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus.
- Jenkins, Henry (2008) *Convergence Culture: La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Verón, Eliseo. (1987): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona. Gedisa.
- Verón, Eliseo (1995): “Semiosis de lo ideológico y del poder”, en *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (UBA).

¿Estamos hablando de cine? Pensar las prácticas en el audiovisual comunitario

Autor: Martínez Canto, Andrés.

Pertenencia institucional: UCES-UBA-ENERC-UNSaM.

Palabras clave: Cine Comunitario- Audiovisual- Política.

E-Mail: elgatoproducciones@yahoo.com.ar

Sostiene Michel De Certeau, acerca de la denostación de los procesos populares y su producción simbólica: “La ‘cultura popular’ supone una operación que no se confiesa. Ha sido necesario censurarla para poder estudiarla. Desde entonces, se ha convertido en un objeto de interés porque su peligro ha sido eliminado”, y agrega: “es en el momento en que una cultura ya no tiene los medios para defenderse cuando aparecen el etnólogo o el arqueólogo”. Aquí estamos retomando un debate que ya tiene cincuenta años: “¿existe la cultura popular fuera del gesto que la suprime?”



Si el cine comunitario es cultura popular, lo que lo sostiene es lo que está subyacente: lo popular contiene Pueblo. Por eso, si pensamos a la cultura popular como un entramado simbólico, que vertebra y enhebra prácticas sociales productoras de sentido, no puede estar ajena la dimensión del pueblo y lo popular. La cultura, pensada desde la “alta cultura”, excluye y segrega, dejando en evidencia la violencia que se ejerce sobre una clase subalterna y dominada: No es cultura, es cultura popular.

Quizás la nominación de estas prácticas de acción política en las comunidades, con un soporte en lenguaje audiovisual, pensado de manera democratizadora, en forma de narraciones intersubjetivas y colectivas, implicó una defensa misma de esa nominación: El cine comunitario es cine.

Y en ese momento se encapsuló como disciplina.

En esa pelea entre lo instituido y lo instituyente, el cine comunitario como disciplina vinculada a las ciencias de la comunicación, pasó a la categoría de instituida. Pero, ¿no estamos (en palabras de De Certeau) frente a la belleza de lo muerto? O sea, avanzar para discutir si la definición de cine comunitario, como un cine realizado en y por la comunidad; no neutraliza una intervención política a través del lenguaje audiovisual.

Detrás de cámara. Una aproximación a las interpretaciones del pasado en filmes sobre la experiencia socialista de Chile

Autores: Zeitler, Elías y Cáceres, Maribel.

Pertenencia institucional: UNNE.

Palabras clave: Escritura Fílmica- Políticas de Memoria- Usos del Pasado- Memoria.

E-Mail: eliaszeitler@gmail.com

Los films y documentales históricos generan en los historiadores ciertos cuestionamientos de tipo metodológico sobre la escritura de la historia. Dichos problemas pueden englobarse bajo la expresión de “escritura fílmica de la Historia” (Ranalletti, 2017). Esta escritura particular de ideas y representaciones del pasado mediante recursos, métodos y lenguajes diferentes al texto escrito, permite indagar respecto a los usos políticos y públicos de la historia. Es decir, las intervenciones sobre el pasado que se producen desde espacios que no son propiamente los académicos, como el cine, y desde los cuales los actores colectivos buscan instalar sus interpretaciones históricas y mantener viva una memoria social específica.

Por lo anterior, consideramos necesario el análisis de producciones audiovisuales sobre un tema relevante en la historia latinoamericana como son las dictaduras cívico-militares del Siglo XX. Esta ponencia se propone reflexionar sobre las formas y alcances de estas particulares escrituras fílmicas de la historia, a partir del análisis de discursos y representaciones respecto a la última dictadura cívico-militares de Chile (1973-1990). El corpus de análisis estará conformado por cuatro obras cinematográficas: “Missing” (1982, Costa Gavras), “Amnesia” (1994, Gonzalo Justiniano), “Machuca” (2004, Andrés Wood), y “Colonia Dignidad” (2015, Florian Gallenberger).

Nuestro objetivo es analizar los discursos y representaciones de estas producciones audiovisuales, así como las políticas de memoria y los usos públicos del pasado que implicaron. Buscamos con esto poder comprender los vínculos entre historia/memoria/cine en la construcción de una conciencia histórica sobre ese proceso traumático social.



Estos films son abordados desde los aportes de Marc Ferro respecto a las relaciones entre cine e historia en torno al relato verídico del pasado; de Robert Rosenstone la transmisión y representación del pasado en los textos escritos y en las producciones audiovisuales; de Josep-María Caparrós-Lera el cine como reflejo de mentalidades y del contexto de su producción.

Aula Virtual 7: Periodismo y representaciones sociales

Violencia y discursos de odio mediatizados en medios tradicionales de Córdoba durante el 2022

Autoras: Aráoz, Verónica; Rubin, Paloma y Allione, Guadalupe.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de Villa María (UNVM)- Universidad Nacional de Córdoba (UNC).

Palabras clave: Mediatización- Discursos de Odio- Medios de Comunicación- Violencia.

E-Mail: veroaraoz90@gmail.com

Nuestro trabajo tiene como propósito exponer los primeros avances del equipo de investigación titulado “Violencias y discursos de odio en plataformas mediáticas”. Se trata de un proyecto que se enmarca en el programa de Jóvenes en Ciencia impulsado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia en conjunto con la Universidad Nacional de Villa María. La pesquisa de este estudio está orientada a analizar la mediatización de casos de violencia y discursos de odio en medios tradicionales de Córdoba durante el 2022. Nos centramos en tres casos para caracterizar los procesos de tematización que se generan sobre las narrativas de estos sucesos. La estrategia metodológica que implementamos se articula en torno a la selección de tres hechos sociales que funcionan como un caso extremo (Flick, 2004), es decir casos paradigmáticos tratados como expresión sintetizadora del fenómeno de estudio, sobre los cuales podemos esbozar conclusiones que pueden aplicarse a otros similares. Seleccionamos tres casos con repercusión nacional que funcionan como casos extremos como son: el asesinato de Blas Correa, el caso de suicidio femicida de Luana Ludueña, y el intento de magnicidio de Cristina Fernández de Kirchner. Elegimos estos sucesos ya que podemos observar cómo se entrelazan las intersecciones entre clase, género, y poder en el ejercicio de la violencia y en la circulación de discursos de odio en medios. Específicamente, se corresponden a ejemplos de un caso de violencia institucional, uno de violencia política y uno de violencia género. Por lo tanto, recolectamos notas periodísticas de siete medios de comunicación de Córdoba: La Voz, Cadena 3, El Doce.tv, Cba24n, La nueva mañana, Hoy día Córdoba y La Tinta.

Periodismo de soluciones para el contexto de encierro: acercarnos a nuevas voces para evitar el hastío informativo

Autor: Brovelli, Fernando.

Pertenencia institucional: UNLP.



Palabras clave: Cárceles- Periodismo de Soluciones- Intoxicación.

E-Mail: fernando.brovelli@gmail.com

Los especialistas aún no encuentran la palabra pero la sensación ya amerita ser definida: utilizan los términos "intoxicación" o "infobesidad" para expresar la sobrecarga informativa y que promueven, por la impotencia de lo inabordable de todas las problemáticas o por el impacto negativo que provoca conocerlas, un alejamiento de los ciudadanos hacia cualquier tipo de formato noticioso.

En ese marco, comenzaron a constituirse redes internacionales de profesionales del periodismo que proponen un criterio de comunicación que priorice las soluciones a esas problemáticas. Esta propuesta, denominada como periodismo de soluciones, remarca la necesidad de reemplazar paulatinamente un segmento mayoritario del espectro informativo, en donde el modelo de noticias SEO y el énfasis en la crítica social aleja a las audiencias al no habilitar una contrapropuesta en la presentación de los acontecimientos.

Este resumen pretende vincular la capacitación sobre Periodismo de Soluciones del Knight Center y una postulación al programa CONNECTAS Fellowship, en donde se propuso investigar los modos en que organizaciones e instituciones abordaron la problemática de la falta de acceso a espacios educativos en cárceles bonaerenses, promoviendo mecanismos de acción colectiva pese a las limitaciones y resistencias del régimen penitenciario.

De esta manera, y considerando los pilares del periodismo de soluciones (enfocarse en la respuesta de una comunidad a una problemática; ofrecer conocimiento que sea accesible y potencialmente aplicable; buscar evidencia que demuestre la eficacia de las soluciones; e informar al respecto de las limitaciones de una respuesta), se ofrece una alternativa al tratamiento comunicacional de las cárceles que revitalice el interés en la temática, acerque las voces del contexto de encierro y presente un horizonte propositivo -para las personas que transitan una condena y para el resto de la sociedad- de convivencia ciudadana.

Sobre la crisis de credibilidad de los medios. Otro síntoma de la desintegración de la opinión pública

Autor: Peña, Gonzalo.

Pertenencia institucional: UCES.

Palabras clave: Opinión Pública- Comunicación- Medios- Internet.

E-Mail: gonzalopena@ohpanel.com

Distintas investigaciones de opinión pública reflejan a nivel global una pérdida de credibilidad en los medios de comunicación por parte de la opinión pública. Esta crisis de confianza encuentra un primer componente explicativo en los múltiples cambios experimentados por y en los medios de comunicación en los últimos años. El presente trabajo, por su parte, se propone fijar la atención en el componente público. Es decir, operar sobre el siguiente interrogante: ¿cuáles fueron las principales transformaciones que experimentó la opinión pública global en la última década y que afectaron la crisis de credibilidad actual en el sistema de medios? Para abordar esta tarea, se trabajará en el análisis del cambio de la percepción de los medios en la opinión pública en la última década. Se precisarán también las principales transformaciones producidas en los últimos años en el marco del proceso de avance de la digitalización de la vida. Adicionalmente, y en términos teóricos, se practicará una



reflexión sobre distintos conceptos de autores como Eric Sadin, Franco Berardi, Nick Srnicek y Byung-Chul Han.

El derecho a huelga bajo asedio: Aproximación analítica a las noticias sobre el conflicto entre el sindicato ATILRA y la empresa Lácteos Vidal

Autor: Placánica, Nahuel Nicolás.

Pertenencia institucional: UBA.

Palabras clave: Análisis del Discurso- Medios- Huelga- Sindicatos.

E-Mail: nnplacánica@hotmail.com

El trabajo realiza una aproximación analítica sobre los sentidos que construyen los medios de comunicación sobre el ejercicio del derecho a huelga en la Argentina, en un contexto en el que se registran acciones e iniciativas que vulneran en forma efectiva o potencial los derechos de libertad sindical, huelga y negociación colectiva, tanto a nivel global, regional (américas) como nacional (Argentina).

Para tal fin se abordaron los discursos periodísticos sobre un caso particular: el conflicto liderado por Asociación de Trabajadores de la Industria Lechera de la República Argentina (ATILRA) en la empresa Lácteos Vidal en 2022. El corpus está conformado por una selección de artículos publicados en las páginas web de los medios La Nación, Clarín y Página 12.

El trabajo se inscribe en el análisis del discurso entendido como un campo interdisciplinario. Se realizó una descripción de las condiciones sociales de producción del corpus; se describió el modelo de relaciones laborales en Argentina; se abordaron las características de los medios de comunicación seleccionados: Clarín, La Nación y Página 12; se abordó cada artículo; se identificaron regularidades y diferencias en la producción de sentido de los medios; y se aportaron una serie de comentarios y reflexiones finales.

Las preguntas que guían el análisis son: ¿Cuáles son las valoraciones que realizan los medios de comunicación seleccionados sobre los sindicatos, el ejercicio de la libertad sindical, el derecho a huelga, la empresa-empleador y el Estado? ¿Cuáles son los temas preponderantes en la cobertura de los medios de comunicación seleccionados acerca del conflicto sindical? ¿Qué estrategias enunciativas utilizan los medios de comunicación y con qué fines? Las conclusiones del trabajo son una contribución a priori sobre estas preguntas y un aporte a la reflexión más general en el campo de las ciencias sociales y las ciencias de la comunicación sobre la temática.

“Loros barranqueros”. Las representaciones en el chimento televisivo

Autora: Rugilo Acosta, Ana Clara.

Pertenencia institucional: UBA.

Palabras clave: Chimento- Televisión- Representaciones.

E-Mail: arugilo@c5n.com



Todo comenzó durante la pandemia por Covid-19 en la semana del 18 de mayo de 2020. Los programas de espectáculos deseaban ansiosos alguna noticia polémica o algún chimento que les devolviera la chispa a sus. Y el momento llegó. El escándalo sucedió vía cuando un usuario publicó un collage de fotos en el que aparecían modelos, vedettes y panelistas de la televisión argentina que se pasaban una máquina facial, la “LumiSpa”, por el rostro. Todos ellos redirigían a sus seguidores a una cuenta paralela de Instagram y les pedían que ingresaran para conseguir productos estéticos con descuento especial. El daño estaba hecho: las famosas argentinas habían quedado vinculadas a una empresa estadounidense multinivel de carácter piramidal llamada “Nuskin”. El revuelo fue tal que todos los “programas de chimentos” asumieron la responsabilidad de hablar sobre esta “nueva” forma laboral que había sido tan criticada por el público.

La pregunta general de la investigación es: ¿Qué representaciones circulan de forma implícita en el discurso televisivo de los programas de chimentos a partir de la concepción de que todos los medios de comunicación, a pesar de presentarse como espejos de la realidad, construyen configuraciones sociales de la realidad que proporcionarán los marcos para pensar una noticia? En este caso seleccioné tres programas de espectáculos que podrían ser considerados triviales¹ pero que, de igual forma, emiten discursos que encierran determinados imaginarios sobre el mundo. Se trata de “Los Ángeles de la Mañana”, “Intrusos” y “Bendita TV”. Tendré en cuenta las ediciones del día 20/05/20 y 21/05/20 sobre el caso Nuskin.

Ruidos allá afuera: el Otro según la prensa gráfica hegemónica en la Argentina actual

Autor: Santos, Ezequiel.

Pertenencia institucional: UBA.

Palabras clave: Medios Hegemónicos- Otredad- Protesta Social.

E-Mail: flaviocepa@gmail.com

Los medios de comunicación hegemónicos cumplen un rol protagónico en la disputa de sentido que se da en el campo discursivo de una coyuntura determinada. En el caso de la Argentina actual, indicios que dan cuenta del estado de la relación de fuerzas pueden encontrarse en un conjunto de significantes, cuya sistematización determina la construcción de un Otro que deviene en eje en las circunstancias más conflictivas del desarrollo de la vida política, económica y social de nuestra sociedad: ¿Qué es la Democracia? ¿Y el derecho a la protesta? ¿Es lo mismo hablar de ‘manifestantes’ que de ‘encapuchados’ o ‘militantes’? ¿Se puede utilizar indistintamente los términos ‘represión’, ‘incidentes’ y ‘batalla campal’? ¿Y los términos ‘reforma’ y ‘ajuste’?

Estos son algunos de los interrogantes a partir de los cuales problematizo, en la presente investigación, la construcción del Otro que se realiza desde los medios de prensa gráfica hegemónicos. En este trabajo, analizo los discursos de los diarios Clarín, La Nación y Página 12 (la selección de los medios se basó en su masividad y en su dispersa ubicación en el espectro ideológico) en torno a los acontecimientos del 18 de diciembre de 2017 en la Plaza del Congreso y sus adyacencias durante el tratamiento que se daba en el Parlamento al Proyecto de Ley de reforma previsional y jubilatoria. Este relevamiento y análisis apunta a delimitar rasgos que permitan reconstruir, de manera provisional, un reflejo discursivo del estado de fuerzas que caracterizó a una coyuntura que deja ver ciertos puntos de contacto con nuestro presente.



Aula Virtual 8: Crisis de la confianza pública en los medios

El estado actual en la investigación de discursos sobre lo público-común plataformizados

Autores: Aráoz, Verónica y Cellone, Franco.

Pertenencia institucional: UNVM- UNC.

Palabras clave: Discursos - Plataformizados - Recolección- Corpus.

E-Mail: veroaraoz90@gmail.com

El objetivo de esta ponencia es exponer el estado actual en el que se encuentra la investigación que se titula: "Discursos sobre lo público-común plataformizados: caracterización interdisciplinaria de las estrategias enunciativas empleadas en plataformas mediáticas contemporáneas y sus flujos de sentido". Dirigido por Natalia Raimondo Anselmino y codirigido por Irene Lis Gindin. Es un proyecto acreditado por PRINUAR (Programa para la investigación universitaria argentina) y ejecutado en el marco de la Secretaría de Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Rosario.

En esta exposición, nos centraremos en la instancia de recolección del material de análisis sobre un caso de estudio vinculado a lo que denominamos "narcoterrorismo". Se trata de un conjunto de discursos referidos a una serie de hechos violentos ocurridos en la ciudad de Rosario desde el 2 de marzo de 2024. El abordaje de este caso es de carácter instrumental (Gindin y Raimondo Anselmino, 2024) con el afán de caracterizar los discursos que versan sobre lo público-común (Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani, 2015)) y que están plataformizados. De esta manera, nos encontramos en la etapa de captura de datos a través de múltiples técnicas manuales y digitales, y en diferentes plataformas mediáticas (Fernández, 2018) como META y X.

Referencias

- Gindin, I. y Raimondo Anselmino (2024). Mediatizaciones del discurso sobre lo público-común plataformizado: estudio interdisciplinario del "narcoterrorismo" en la ciudad de Rosario (Argentina). En prensa.
- Fernández, J. (2018). Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias. Buenos Aires: La Crujía.
- Raimondo Anselmino, N., Reviglio, M.C. y Diviani, R. (2015). "Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook?" Revista Mediterránea de Comunicación, 7(1).

Medios de comunicación social y crisis de confianza: algunos aportes desde la teoría de Niklas Luhmann

Autora: Borquez, María José.

Pertenencia institucional: UBA.

Palabras clave: Crisis- Medios- Confianza- Construcción de la Realidad.

E-Mail: majoborquez@hotmail.com



La crisis de la confianza pública en los medios de comunicación -concebidos como un sistema social que, a partir de un código propio, atiende a una función de la sociedad moderna (Luhmann, 2000)- parecería formar parte de un fenómeno que afecta a instituciones sociales tradicionales como la escuela, los partidos políticos, las empresas y las religiones. Regularmente aparecen estudios, como el Proyecto Confianza en las Noticias del Instituto Reuters, que indican que el público confía en sus medios informativos cada vez menos. Esta situación, agravada tras la irrupción de la pandemia de COVID-19 en 2020, no se presenta solamente en la Argentina donde, según estudios recientes, más del 80 % de la sociedad no confía en los medios de comunicación, sino que se visibiliza a nivel mundial. Basándose en la teoría comunicacional del sociólogo alemán Niklas Luhmann, este trabajo busca delimitar algunos aspectos relativos a la noción de confianza, conceptualizada por Luhmann (1996) como mucho más que un mecanismo psicológico asentado en los estados de conciencia de los individuos. Para Luhmann (1996), la confianza constituye uno de los mecanismos privilegiados para la construcción de lo social caracterizándose, casi constitutivamente, por la inestabilidad. El presente artículo busca explorar algunas de las razones de la pérdida de confianza en los medios por parte de la opinión pública, así como presentar algunas ideas para intentar recuperarla.

La proliferación de las teorías conspirativas en las redes sociales y algunos de sus efectos

Autor: Jiménez, Exequiel.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de Tucumán (UNT).

Palabras clave: Teorías conspirativas, redes sociales, comunicación, medios tradicionales.

E-Mail: exequieljimenez@gmail.com

La noción de “teoría conspirativa” adquirió un nuevo relieve en las últimas dos décadas, período en el que la difusión por vía de las redes sociales permitió a estas narrativas alcanzar nuevas dimensiones. El atractivo de estas teorías está marcado por la simplicidad con la que organiza al mundo: la complejidad del Otro es reducida a un enemigo claramente definido, el sinnúmero de eventos del mundo es explicado por una lógica lineal de causa-efecto, los sujetos receptores y difusores de estas teorías son presentados como “los buenos”, etc.

Por tratarse de especulaciones que van desde la descripción de hechos imposibles de comprobar hasta la construcción de falsedades deliberadas, su circulación se ve inevitablemente limitada por los medios tradicionales (periódicos, televisión, radio). Sin embargo, nada impide su proliferación por vía de las redes sociales. La proporción, cada vez mayor, de personas que eligen las redes sociales como vía para obtener la información en lugar de los medios tradicionales colabora con esta tendencia.

En los últimos diez años se pudieron observar los efectos de las teorías conspirativas sobre determinados grupos y sujetos sociales, desde el acoso online hasta la radicalización armada. Estados Unidos ocupa un lugar fundamental, pues no solamente es el país de origen de la gran mayoría de redes sociales, sino que muchas de las teorías conspirativas surgen allí y son traducidas lingüística y culturalmente a otras lenguas y otros países.

El objetivo de este trabajo es realizar un trazado por la historia reciente de la relación entre teorías conspirativas y redes sociales, leída desde el punto de vista de autores pertenecientes a la Teoría de la Comunicación y la Sociología de la Cultura.



Aula Virtual 9: El cine en la construcción de subjetividad

Espacio público: entre la mostración y la narración cinematográfica

Autora: Amaya Romero, Daniela.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD.

Palabras clave: Espacio Público- Cinematografía Pre-institucional- Narración- Funciones Narrativas.

E-Mail: danielaamayar1422@gmail.com

Habiéndome graduado en 2020 con una investigación sobre narrativa cinematográfica pre-institucional, fui convocada por el director de este proyecto (en ese momento mi director de la tesis) para ser parte del equipo y trabajar especialmente en los análisis narrativos del corpus fílmico, prioritariamente argentino (entre 1900-1920), pero previendo incorporar aquellas cinematografías que circulaban mayoritariamente en la ciudad de Buenos Aires (Francia y EE.UU.). Para dicho análisis narrativo, tenemos previsto trabajar con las categorizaciones de Samaja y Bardi (2010), así como el marco teórico de la narratología de Propp y su conceptualización sobre las funciones del relato.

Los espacios públicos han sido parte importante en el cine desde sus comienzos. Los hermanos Lumiere, retrataban desde los inicios de la cinematografía espacios de la ciudad. Puede tomarse a la experiencia cinematográfica del modelo de la conservación (Samaja, 2013) de los primeros años como una forma particular del habitar para la construcción del espectáculo. Pero la articulación del nuevo espacio público es inseparable no sólo de la cinematografía como técnica de registro para mostrar el espectáculo, sino también como modo de estructurar los contenidos de aquello que se da ver.

La investigación como espacio de formación profesional. Narratividades e identidades en la cinematografía de los primeros años

Autor: González Lepanto, Efraíne.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD.

Palabras clave: Narratividad, Identidades emergentes, Cinematografía Pre-institucional, Prensa.

E-Mail: efraine.gonzalezlepanto@gmail.com

En 2021 me incorporé a la cátedra II de Metodología de la Investigación de la Facultad de Psicología de UBA. Durante ese tiempo, siendo estudiante de otras materias, tomé contacto por primera vez con el concepto de identidad narrativa, trabajado desde diversos autores como Ricoeur y en particular Bruner. Ambos sientan una postura epistemológica (e incluso política)



que contempla la historia y la cultura como base de la identidad de las personas. A su vez, Bruner en particular busca operacionalizar este concepto dentro del campo de la psicología. De allí también parte mi interés y por ello el año pasado me postulé para la Beca Estímulo cuyo objetivo general del proyecto procura analizar algunas obras de estos autores y realizar una revisión documental de las últimas publicaciones científicas que abordan el tema.

Es por ello que también surgió la propuesta de participar del presente equipo de investigación. En lo personal, acepté formar parte porque me vi motivado por el hecho de poder articular mi área de formación con otras disciplinas a la par de poder adquirir más experiencia en la investigación. Más específicamente, trabajaré con la narrativa los relatos cinematográficos preinstitucionales (en particular aquellas escenas en las que personajes femeninos ejercen violencia física contra varones) y los escenarios de las tiendas departamentales. A partir de estos relatos, se busca observar cómo se construyen identidades coherentes a determinado contexto socio-histórico. Para ello, se ha comenzado con el relevamiento de la revista PBT. De esta se extrajeron publicidades, tiras cómicas, cuentos, dibujos y fotografías que dan cuenta de las vestimentas y pensamientos de la época circunscriptos al sector social al que la revista tenía como principal lector.

El público de las salas de cine a principios del siglo XX: praxis, subjetivación y mezclas

Autora: Lo Feudo, Yanina.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD- UBA- Universidad de Flores (UFLO)- Instituto Universitario Barceló.

Palabras clave: Ritualidades Sociales-, Interacciones- Salas de Cine- Fábrica.

E-Mail: yanina.lofeudo@hotmail.com

Dentro del análisis de las ritualidades sociales, se analizarán la asistencia a las salas de cine, que habilitaba la convivencia de sujetos de distintos géneros y edades. Compararemos dicha experiencia social, con el espacio fabril. El objetivo será diferenciar dos tipos de prácticas sociales que son hasta cierto punto “opuestas”, pero realizadas por el mismo grupo social, la clase trabajadora. Las prácticas vinculadas al trabajo industrial gozaban, ya a fines del siglo XIX y principios del XX, de un alto grado de división del trabajo según de tipo de tareas, género y edad, a realizar, y estaba sometido a un control disciplinar sobre los cuerpos. Scheinkman (2021) señala que era común emplear a obreros especializados para el manejo de las maquinarias, mientras que mujeres y niños eran contratados para tareas complementarias de empaquetamiento y envasado, con un sueldo menor al de sus compañeros varones. Esta división no solo supone una diferenciación en cuanto al tipo de tarea, sino también ubicaciones diferenciadas en el espacio de la fábrica que daban origen a sociabilidades y vínculos separados en el ámbito laboral.

Las salas de cine constituyen un espacio de desarrollo incipiente, que al igual que el ámbito laboral, fomenta el agrupamiento de un conjunto de personas de distintos géneros y edades, ajenas al círculo familiar. Sin embargo, por el hecho de ser una práctica social naciente vinculada al ocio, creemos que habilitará un tipo de experiencias de subjetivación y socialización distintas al control disciplinar que caracteriza tradicionalmente a las instituciones cerradas de la Modernidad.



Las tiendas departamentales y los escaparates como experimentos narrativos

Autor: Samaja, Juan.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD-UBA- Universidad Nacional de Rosario (UNR).

Palabras clave: Espacio Público- Nuevas Ritualidades- Escaparates- Narraciones.

E-Mail: juan.alfonso.samaja@comunidad.uces.edu.ar

Dentro del análisis de las ritualidades, tomaremos el caso de las tiendas departamentales. Sobre estas nuevas experiencias del espectáculo visual, se ha dicho que con sus montajes recreaban escenas reales o ficcionadas, imitando lo que se esperaba de los roles sociales. Pero semejante afirmación parece adjudicarles a las “vidrieras teatrales” un carácter meramente reactivo; nosotros preferimos decir que estas puestas en escena ejemplificaban funciones sociales y de género, puntuaban la forma correcta y admirable del sujeto moderno, de la mujer y del varón solteros, como mercancías de intercambio, y de la mujer y el varón como madre y padre. Por lo tanto, proponemos continuar este análisis de los escaparates, pero incorporando a ese análisis una dimensión propiamente narrativa.

Nuestra hipótesis es que en la medida en que estos espectáculos del espacio público moderno fueron adquiriendo mayor prestigio, el hábito de asistir regularmente a ellos debió implicar una especie de retroalimentación en relación a los hábitos de moda, sobre todo cuando este “vestir” no parece estar orientado tanto a un ocultar lo que es vestido (la desnudez del cuerpo) sino más bien un “exhibir la vestimenta”. Es el espectáculo que debe llevar el cuerpo del individuo para asistir al espectáculo a donde el cuerpo asiste.

La distribución desigual de la puesta en acto de la corporeidad en el seno de la vida social podría tomarse como significativa de la distribución desigual de la participación ciudadana. Esta estructura real bajo la cual se realiza la distribución de la ciudadanía se vio legitimada por un emergente sistema narrativo, que operó como su estructura ideológica.

Distribución y división social de la violencia: mujeres, agresión y comicidad en la comedia cinematográfica pre-institucional

Autor: Samaja, Juan.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD-UBA- UNR.

Palabras clave: Agresión Física- Mujer- Formas Cómicas- Cinematografía Pre-institucional.

E-Mail: juan.alfonso.samaja@comunidad.uces.edu.ar

El tema de la violencia ejercida por mujeres hacia sujetos varones viene de una larga tradición. Sin embargo, en el cine, la cualificación para ejercer violencia física ha estado monopolizada por la figura del varón. De hecho, si hablamos de una violencia indiferenciada, o como un mecanismo general de la agresión, es fácil advertir que en el relato clásico la mujer sí ha ejercido efectivamente violencia hacia el varón, pero no de un modo físico, sino apelando a recursos verbales; sean éstos, comentarios insidiosos e hirientes, o ingeniosos y burlones.

En los últimos hemos asistido a un fenómeno interesante: relatos que representan mujeres realizando agresiones hacia un oponente varón, sea en la forma clásica de la venganza o en la modalidad de defensa contra un varón agresor. Esta situación resulta interesante debido a que la narrativa cinematográfica parece haber expropiado a la mujer el ejercicio espontáneo de su corporeidad, no sólo por los tabúes morales asociados a la sexualidad, sino también por



la distribución social de la violencia respecto del género. Sin embargo, la comedia cinematográfica pre-institucional constituye una sugerente excepción: en la narrativa cómica es frecuente que las mujeres peguen a los varones en diversas formas y circunstancias.

Nuestra hipótesis sobre esta cuestión es que la distribución asimétrica de la violencia entre varones y mujeres estaría expresando una distribución desigual del derecho al posicionamiento del sujeto. El propio marco cómico operaría como un límite o interpretante meta narrativo que impide la reciprocidad.

El objetivo de esta presentación es hacer un relevamiento y una categorización incipiente y exploratoria de estas manifestaciones físicas de la violencia femenina hacia el mundo masculino de los varones.

Espacialidades instituidas y espacialidades emergentes

Autor: Samaja, Juan.

Pertenencia institucional: UCES/IICCOD-UBA- UNR.

Palabras clave: Espacio Público- Subjetividad Contemporánea- Trayectorias Sociales- Sistema Narrativo.

E-Mail: juan.alfonso.samaja@comunidad.uces.edu.ar

El espacio público de la ciudad moderna constituye, a comienzos del siglo XX, el escenario paradigmático de la nueva subjetividad contemporánea, y el modo en que la ciudadanía conquista dicha espacialidad, instituye una nueva geografía social (Balasarre, 2021).

Piaget nos enseñó que el espacio matemático no es un continente vacío al cual llenamos con objetos, sino la representación subjetiva de las relaciones necesarias de esos objetos. Del mismo modo, el espacio público tampoco debe concebirse como una superficie vacía para llenarse con cualquier interacción; es la representación de las relaciones sociales necesarias, resultante de la transacción entre la espacialización instituida y la espacialidad emergente. Esta dialéctica entre las trayectorias sociales ya formadas y emergentes, se vio afectada por un incipiente sistema narrativo que tuvo un rol ambivalente en la estructura ideológica: por un lado, apoyando ciertas aperturas de la ampliación ciudadana, pero también resistiendo ciertos movimientos que sacudían determinado statu quo.

Hipótesis: El nuevo sujeto de la sociedad civil se consolida en la medida en que se ponen en acto y se estabilizan sus mecanismos de reproducción social en el escenario de la vida pública. En dicho proceso resulta clave el modo en que se va realizando la puesta en acto de la corporeidad en el seno de la vida social.

El objetivo es describir esas trayectorias estableciendo una cartografía de la subjetividad moderno-burguesa. El marco espacio-temporal está limitado a la Ciudad de Buenos Aires, entre 1890 y 1920. Para abordar este asunto se han propuesto 3 grandes corpus de trabajo: 1) los rituales (salas de cine y tiendas departamentales); 2) las ficciones (relatos cinematográficos); 3) los discursos (La prensa).



Aula Virtual 10: Foro de Estudiantes

Comedores escolares en CABA ¿Servicio o Negociado?”. Descripción de una investigación

Autor: Ferrer, Jorge.

Pertenencia institucional: UCES.

Palabras clave: Comedores- Administración- Licitaciones- Calidad.

E-Mail: njorgeferrer@gmail.com

El trabajo final, “Comedores escolares en CABA ¿Servicio o Negociado?”, parte de la hipótesis “Hay un mal manejo en el servicio de comedor y viandas”. Comprende los siguientes ítems: *Origen de los comedores, *Administración (estatal y privada), *Programa de alimentación, *Comentarios y opiniones de la comunidad educativa (autoridades, docentes, alumnos, familias, etc.).

Se presenta en estas Jornadas con el fin de desarrollar los diversos aspectos y pasos que se siguieron en este trabajo de investigación, desde cómo se llegó a la elección del tema, así como el planteo de la hipótesis. Así mismo se expondrán cómo se consiguieron las entrevistas sus dificultades, así como las facilidades encontradas en ellas. También se comentará sobre la búsqueda de documentación e información.

En pocas palabras ¿Qué debe hacer un periodista cuando “encuentra al hombre que mordió al perro”?

La representación marica en el arte latinoamericano: investigación y catalogación de los museos de la Ciudad de Buenos Aires

Autores: Lusardi, Agustina y Ferrato, Valentino.

Pertenencia institucional: UCES.

Palabras clave: Arte Queer- Representación- Museo.

E-Mail: valentinferrato9@gmail.com

En este proyecto de investigación se explora la representación marica en el arte latinoamericano a través de un análisis profundo de las colecciones y exposiciones de museos en la Ciudad de Buenos Aires. La metodología utilizada incluye una combinación de revisión bibliográfica, análisis de contenido de exposiciones permanentes y temporales, y una entrevista con artista argentino. Se identificaron obras y artistas clave que abordan temáticas maricas y se analizó cómo estas representaciones desafían o refuerzan estereotipos, además de su contexto histórico, cultural, político o social.

Los resultados revelan que, aunque hay una creciente inclusión de obras con temáticas LGBTQIA+, estas todavía ocupan un espacio limitado dentro de las colecciones principales. Sin embargo, se destacan ciertos museos y exposiciones que han sido pioneros en la visibilización de artistas y obras maricas, contribuyendo significativamente al diálogo sobre diversidad sexual y género en el arte latinoamericano. Las conclusiones sugieren la necesidad de una mayor integración y promoción de estas representaciones en el ámbito de los museos para reflejar la diversidad y la riqueza de la cultura latinoamericana.



Las palabras claves que seguirán un hilo conductor a lo largo de todo el proyecto de investigación serán: Representación, Cultura y Emblemas (Representation, Culture and Emblems).

Lo vincular: diferentes dispositivos de lenguaje narrativo en la transposición de Abzurdah

Autora: Patanchon, Oriana.

Pertenencia institucional: UCES.

Palabras clave: Transposición- Lenguaje Audiovisual- Literatura.

E-Mail: orianapatanchon914@gmail.com

La adaptación cinematográfica de "Abzurdah" (2015), basada en la conmovedora novela autobiográfica de Cielo Latini, sumerge al espectador en un viaje emocional profundo a través de la música, fuertes imágenes y personas que marcaron su vida. Cielo nos invita a sentir de cerca sus tumultuosos altibajos, envuelta en una relación amorosa obsesiva, donde utiliza la anorexia-bulimia como una vía de escape, y afirmación personal, frente a sus propios vacíos emocionales.

El éxito de la película en Argentina me lleva a plantear una pregunta audaz: ¿Es el libro entonces mejor que la película? Esta disputa, que trasciende autores, años y obras, es especialmente relevante en una época en la que los jóvenes parecen alejarse cada vez más de la lectura. La historia de Cielo se convierte entonces, en un puente entre la pantalla y la página, demostrando cómo el cine puede revitalizar el interés por la lectura entre las nuevas generaciones, quienes encuentran sus propias experiencias reflejadas en estas historias. La música, los silencios, las caras de actores familiares pueden ser el gran caballo de batalla que logra hacerlos vibrar, llorar y quedarse con ganas de más.

"Abzurdah" es un recordatorio firme de que, a veces, para entender completamente una historia, debemos experimentarla a través de diferentes canales que nos permitan conectar manera distinta con los personajes, sus luchas internas y nuestras emociones.

Aula Virtual 11: Nuevas miradas sobre las Relaciones Públicas y la comunicación de las Organizaciones

Olivetti: una marca viviente en el consciente colectivo de los argentinos

Autores: Bergomi, Paolo y López, Cristina.

Pertenencia institucional: Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI).

Palabras clave: Gráfica- Diseño- Marca- Coleccionismo.

E-Mail: cristinaamalia_lopez_capacitacion@yahoo.com.ar

La exposición "Dar en la Tecla / El Universo Olivetti" ofrece una inmersión histórica y patrimonial hacia las máquinas Olivetti, con el archivo fotográfico de las piezas de la muestra y la colección de publicidades gráficas, pertenecientes al acervo del Museo del Diseño y de la Industria "Hecho en Argentina" y del Museo de Arte de Piriápolis.



La colección de afiches de Olivetti es un tesoro visual que encapsula la creatividad, el diseño innovador y la visión vanguardista de esta icónica marca italiana. Un legado que sigue generando valor e influencia y ha definido a la marca en el mundo del diseño y los negocios, impactando en la cultura comunicacional, visual y la publicidad.

A lo largo de las décadas, se han producido una amplia gama de anuncios impresos sobre Olivetti, que no solo promocionaban sus productos, sino que también transmitían un mensaje de modernidad, elegancia y progreso.

Estas publicidades gráficas son más que simples anuncios; son piezas de arte en sí mismas, que reflejan la estética de su tiempo y el espíritu visionario de la marca, donde predominaban los diseños elegantes y sofisticados, hasta las campañas más recientes que incorporan elementos de diseño gráfico más contemporáneos. La publicidad de Olivetti es una manifestación de compromiso con la excelencia en el diseño y la comunicación visual.

Cada anuncio es una ventana al mundo de Olivetti, mostrando sus productos en situaciones cotidianas o resaltando sus características innovadoras. La tipografía, los colores y la composición de estas publicidades son cuidadosamente seleccionados para transmitir el mensaje deseado y captar la atención del espectador.

Además del valor estético, estas publicidades gráficas como cada pieza de la colección, persisten testimoniando la saga de la empresa y la visión de sus fundadores, sumado a la empatía de la comunidad con el producto diseñado.

Deconstrucción, filosofía y psicoanálisis: un manifiesto hacia la innovación de las relaciones públicas

Autor: Forastier, Federico.

Pertenencia institucional: Universidad Argentina de la Empresa (UADE).

Palabras clave: Resistencia- Supervivencia- Inconsciente- Mandatos.

E-Mail: fforastier@gmail.com

Dentro de las ciencias sociales es saber popular que la filosofía antigua —y griega— configuró las ideas, teorías y prácticas que regirían las bases del pensamiento por y para el resto, hasta la actualidad: desde la administración de las polis, sus formas de gobierno, la tecnología, la economía, la geometría y los astros, hasta los tratos interculturales, cómo uno debe hablar en público, vender una idea o contar historias.

En el resto de las ciencias encontramos a la comunicación, la sociología, la historiografía, la politología, la psicología; y a las relaciones públicas como convergencia y ecosistema de procesos y materias para ***pensar y gestionar las relaciones humanas profesionales***.

Este trabajo tiene múltiples propósitos. Por un lado, la intención de ser interdisciplinario a partir de la asociación de temas, saberes, prácticas y ciencias, de fomentar y movilizar hacia el arte vital de esa interdisciplinariedad.

Como se presentará en una jornada de investigación académica y en un seminario de comunicación exclusivo para estudiantes universitarios —donde uno de los temas sugeridos es la ***innovación***—, intentará ser innovador a partir de la deconstrucción, la historicidad, y autores y teorías comúnmente no utilizadas o pensadas. **Un manifiesto y una conversación sobre la innovación de las relaciones públicas.**

Por otro lado, lejos de proponer el reduccionismo teórico, busca acercar estos objetos tan complejos, profundos y filosóficos a la práctica de las relaciones públicas y la comunicación



corporativa. Sugiere respeto, inspiración y admiración por ellos, y propone una amplitud de miradas, un acercamiento hacia quienes desconocen de estas materias, diversidad e inclusión académica e intelectual. Una deconstrucción en sí misma.

Este artículo es una observación, una manera de mirar, un “fragmento de la realidad”, como diría Cortazar; fragmento que supone límites, pero “*que ese recorte actúe como una explosión que abre de par en par una realidad mucho más amplia, como una visión dinámica*”. Una innovación.

La comunicación como herramienta de política económica: Construyendo Confianza

Autoras: Montenegro, María Emilia y Almirón, Constanza Cecilia.

Pertenencia institucional: UNT.

Palabras clave: Economía- Política Económica- Comunicación- Confianza.

E-Mail: constanzaalmiron.economia@filo.unt.edu.ar

En un contexto de democratización de las comunicaciones, las instituciones también reflejan la necesidad de explicar sus políticas a un público más amplio y diverso, y demostrar que merecen su apoyo. Por eso, nuestro trabajo pretende demostrar que, a la hora de plasmar una política económica, la comunicación con el público ya no es un aspecto secundario. De hecho, se considera cada vez más que la comunicación es de por sí una herramienta de política. Es cierto que la comunicación nunca va a reemplazar a las políticas sólidas, pero las reformas económicas tienen más probabilidades de fracasar, o incluso de revertirse, si no son comprendidas, si no gozan de credibilidad y si no son aceptadas por quienes se ven afectados por ellas. Este mismo principio es aplicable a una amplia gama de políticas monetarias, financieras, fiscales y estructurales.

Gracias a la proliferación de los medios de comunicación social y a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, hay más personas que pueden expresar sus opiniones acerca de las políticas públicas. Por eso, en todo el mundo, las expectativas en cuanto a transparencia y rendición de cuentas son temas que están cobrando cada vez más importancia. Esto generó un aumento en la presión sobre las autoridades para explicar mejor sus decisiones a un público más amplio y para justificar el apoyo que solicitan. Esto significa que tendrán que esforzarse más para lograr que sus mensajes sean escuchados, comprendidos y creídos.

En este sentido, para llegar a nuevas audiencias, la confianza es un factor crucial. Ya sea en materia de política monetaria, política de estabilidad financiera, políticas fiscales o estructurales, y sobre todo en épocas de crisis; una estrategia coordinada de comunicación, con mensajes que se refuercen mutuamente, puede ayudar a preservar la confianza en las instituciones, ya que la confianza es un ingrediente crítico del crecimiento económico y del bienestar social.



DÍA 3: jueves 29 de agosto

Aula Virtual 12: Enfoques metodológicos. Avances de investigaciones de graduados y pre-graduados

Explorando el corpus: un acercamiento al material de análisis para la tesis doctoral

Autora: Aráoz, Verónica.

Pertenencia institucional: UNVM- Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Palabras clave: Mediatización- Análisis del Discurso- Reivindicaciones Feministas- Prensa Nacional.

E-Mail: veroaraoz90@gmail.com

El objetivo de esta ponencia es dar cuenta de un primer acercamiento al material de análisis de una investigación que tiene como premisa: comprender la producción discursiva en torno a movilizaciones feministas por parte de la prensa nacional (La Voz, Córdoba; La Capital, Rosario; y Diario Uno, Mendoza) entre 2015 a 2020. Este estudio se desarrolla en el marco de la beca doctoral de CONICET y del Doctorado en Semiótica del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. Por lo tanto, la perspectiva teórica-metodológica se inscribe en este campo disciplinario y recupera los aportes de la sociosemiótica. La pregunta/problema radica en cómo la prensa configura y pone en circulación información sobre reivindicaciones del movimiento feminista argentino.

A su vez, cómo esta configuración se fue transformando a través del tiempo e identificar el régimen de visibilidad habilitado por la prensa y su participación en el proceso de mediatización de los feminismos. Para responder estos interrogantes, proponemos realizar un estudio empírico del discurso (desde la perspectiva sociosemiótica) con la incorporación de técnicas cuantitativas. Actualmente, estamos en una instancia exploratoria del material de análisis que hemos recolectado manualmente en las diversas plataformas de cada medio acumulando un total de 4.314 notas periodísticas. En esta ponencia nos proponemos describir y explorar este material mediante técnicas cuantitativas para complejizar la mirada sobre el material, generar nuevos interrogantes y producir inferencias que en otra instancia buscaremos profundizar mediante el análisis del discurso.

Veintidós días para el encierro: Un análisis de la estrategia de comunicación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en la primera respuesta al Covid-19

Autor: Dri, Gianfranco.

Pertenencia institucional: UBA.



Palabras clave: Medios- Lenguajes- Discursos.

E-Mail: gianfranfri11@gmail.com

La irrupción de la pandemia por el nuevo coronavirus significó para distintos actores gubernamentales la obligación de comunicar una emergencia sanitaria sin precedentes. Considerando este marco de crisis global, se va a analizar el modo en que un gobierno metropolitano, el de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, afrontó la estrategia de comunicación de gobierno ante el colapso del sistema de salud en los países centrales y la llegada del virus a la Argentina. La emergencia del COVID-19 impuso una dinámica inestable en cuanto a las medidas sanitarias, lo cual hizo que fuera muy compleja su comunicación. Aquí, se proponeme estudiar el período de 22 días que va desde la primera comunicación oficial del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA) sobre el COVID-19 hasta que se decretó el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) a nivel nacional. Ese fue el momento en el que hubo mayores cambios en la comunicación, y aquel en que tuvo lugar la consolidación del mensaje. Además, ese período de tiempo permite observar y analizar de qué manera va tomando mayor relevancia y centralidad el COVID-19 en la comunicación del GCBA. La aparición de un tema que no existía en la agenda alienta a observar su expansión en cada parte del sistema de medios a disposición y, de esa forma, comprender mejor su funcionamiento.

La comunicación acerca de la pandemia se despliega al interior de un ecosistema mediático caracterizado por la convivencia en tensión de medios masivos y medios digitales interactivos, a la que se denomina como postbroadcasting (Fernández, 2014, 2018). De allí, la necesidad de abordar la comunicación de gobierno en sistema, partiendo de la pregunta por la información que circula a través de cada canal, y la dominancia de determinados intercambios discursivos en cada uno de ellos. Se pondrá foco en las convergencias y divergencias que se manifiesten a través de este complejo entramado comunicacional transmediático, ante una situación inesperada y cambiante en un corto lapso de tiempo. Para ello, se analizarán las estrategias que el mismo GCBA puso en práctica a la hora de construir consenso, al dar a conocer las medidas tomadas frente a la pandemia y comunicar distintos aspectos que circundaban al nuevo virus en los diferentes canales utilizados.

El corpus a analizar estará consecuentemente compuesto por el conjunto de la comunicación del GCBA correspondiente a ese período (del 28 de febrero al 20 de marzo de 2020), tanto en canales de distribución masiva o medios masivos como a través de plataformas o medios sociales (Facebook, Twitter, Instagram y TikTok).

El streaming en Argentina: un fenómeno en crecimiento

Autora: Idiart, Sofía.

Pertenencia institucional: UNLP.

Palabras clave: Streaming- Tecnologías- Prácticas- Medios de Comunicación.

E-Mail: idiartsofi@gmail.com

El presente trabajo se propone analizar el recorrido que ha tenido el streaming durante los últimos años en nuestro país. En primer lugar, partimos de la idea de que los medios de comunicación poseen un carácter dinámico, y que se encuentran atravesados por las nuevas



tecnologías. Así como el periodismo ha evolucionado hacia nuevos horizontes, lo mismo ocurre con las prácticas sociales y los formatos comunicacionales.

La radio y la televisión se han introducido en un proceso de resignificación y cambio que le da lugar a nuevas formas de pensar la comunicación. Este camino le abre las puertas a la creatividad y la posibilidad de realizar nuevas producciones, retomando algunos recursos de estos formatos más clásicos.

Pero ¿qué es el streaming? Estamos frente a una tecnología que permite transmitir y acceder a videos, imágenes y otros contenidos audiovisuales y sonoros desde cualquier dispositivo conectado a internet, sin necesidad de descargarlo. También podemos pensarlo como un territorio digital en donde existe un intercambio de ideas, sentidos y significantes, ya que a través del chat de las plataformas el público puede participar de la transmisión.

Uno de los actores sociales principales en este escenario son los streamers. Pero ¿Qué es un streamer? Como posible respuesta podríamos enunciar que es una persona que trabaja la creación de contenidos y su retransmisión en vivo a través de una plataforma web. La particularidad de esta metodología radica en el hecho de que la persona transmite en un día y horario en específico.

El medio de comunicación *Ámbito Financiero* ejemplifica las lógicas de funcionamiento del streaming con la entrevista de Miguel Granados a Lionel Messi para su canal Olga. Sobre esto expresaron lo siguiente: “se inclinan por estos formatos, mucho más descontracturados y a priori simples. Granados y Messi, de bermudas en un living de Miami, simbolizaron de qué forma el streaming se impone” (Cambolor, 2023, párr.2).

Referencias:

Cambolor, C. (30 de septiembre de 2023) ¿Por qué el streaming es la tecnología dominante de la comunicación? *Ámbito Financiero*. Recuperado de: <https://www.ambito.com/tecnologia/por-que-el-streaming-es-la-dominante-la-comunicacion-n5833573>

“Por los pibes de Malvinas que jamás olvidaré”. Relatos de vida de excombatientes salteños desde una perspectiva comunicacional

Autoras: Yamil Daniela Elizabeth.

Pertenencia institucional: UNSa.

Palabras clave: Relatos de Vida- Sentidos- Comunicación- Guerra de Malvinas.

E-Mail: yamilmamani31@gmail.com

En este trabajo nos propusimos la reconstrucción de relatos de vida de ex-combatientes durante la Guerra de Malvinas del año 1982, desde una perspectiva comunicacional. Teniendo en cuenta que según Díaz Larrañaga (1999), “el relato de vida es un intento por descubrir lo social, en el cual la comunicación adquiere un lugar central, siendo el sujeto, el protagonista” (p. 2). Para llevar a cabo la investigación se adoptó una mirada interpretativa para entender los sentidos que giran alrededor de los relatos. La construcción de estos sentidos estuvo ligada con lo vivido en 1982; como afirma D’Aloisio, et al. (2010) es un proceso que permite que la realidad



tome una configuración, que adquiera contenidos significativos dentro de espacios y tiempos históricamente construidos y vividos.

Por lo tanto, nos propusimos una indagación cualitativa, teniendo como objetivo principal la reconstrucción de los relatos de vida de tres ex combatientes salteños haciendo un recorte temporal en los meses marzo, abril, mayo y junio de 1982. Además, identificamos y organizamos cronológicamente los sucesos relatados por los excombatientes, las formas de comunicación entre soldados, entre soldados/superiores y entre soldados con sus familiares/amigos. Se indagó sobre cómo les hicieron saber que tenían que ir a la guerra, si se informaban sobre lo que estaba sucediendo en Malvinas y también en el país. Se exploró sobre cuáles fueron los principales dispositivos tecnológicos de comunicación y los usos de los mismos y por último se buscó información y documentación secundaria para contextualizar y articular con los relatos de los ex combatientes.

Para poder realizar la recolección de información se usó la técnica de entrevistas en profundidad semiestructuradas, que nos permitieron obtener los datos necesarios y decir que las realidades que viven los ex combatientes son complejas y cambiantes, pero son construidas por ellos mismos.

Referencias:

- D'Aloisio, F., Garcia Bastan, G. y Sarachilaje, P. (2010). La reconstrucción de sentidos en Ciencias Sociales. Algunas puntualizaciones para su abordaje. *Diálogos Vol 1 (2)*. pp. 97-108. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/69206/CONICET_Digital_Nro.97afd5ad-0422-4a51-8f6f-579d47bd19fa_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Díaz Larrañaga, N. (1999): El relato de una vida: apuntes teóricos-metodológicos en comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 22. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/33vanancy.htm>
- Martin Barbero, J. (2010). Comunicación y Cultura mundo: nuevas dinámicas globales de lo cultural. *Signo y Pensamiento*, vol. XXIX, núm. 57, julio-diciembre, 2010, pp. 20-34. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020052002>
- Schmucler, H. (1984). Hacia un proyecto de comunicación/cultura. *Revista Comunicación y cultura*. En <https://comunicacionlvm.files.wordpress.com/2015/11/h-schmucler-un-proyecto-de-comunicacion-cultura.pdf>
- Vizer, E. (s.f). La trama (in) visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. Universidad de Buenos Aires.

De chico a héroe: la construcción de la figura de Messi en medios gráfico

Autor: Rodríguez Baffa, Facundo.

Pertenencia institucional: UBA.

Palabras clave: Deporte- Mediatización- Framing.

E-Mail: rbaffa.facundo@hotmail.com

Lionel Messi es un personaje relevante en el mundo del deporte y en la historia reciente del país, por lo que es interesante analizar cuál fue la construcción que hicieron de su figura diferentes medios gráficos a lo largo de su carrera. Estos medios son elegidos de manera justificada y estudiados en su construcción discursiva a lo largo del tiempo en busca de diversas marcas en los enunciados.



Las principales preguntas del trabajo están relacionadas con la búsqueda de comprender de qué manera los medios elegidos representaron a lo largo del tiempo. ¿Por qué se lo configuró de determinada manera y no de otra? ¿Qué patrones se fueron repitiendo, si es que hay, a lo largo del tiempo? ¿Qué tipo de operaciones llevaron a cabo estos medios en sus enunciados? ¿Cuáles fueron los diferentes contextos en lo que se habló sobre Messi y de qué forma influyeron en la configuración discursiva construida? ¿Qué rol tuvieron los resultados deportivos en la posterior representación sobre el argentino? Asimismo, se trazan comparaciones, ya que la tesina está organizada en tres etapas diferentes que son analizadas y justificadas de manera pertinente.

La tesina tiene dos ejes principales de análisis conceptual. En primer lugar, uno relacionado a nociones de índole periodística, teorías de la comunicación, abordaje de las noticias, construcciones de los medios y sus implicancias. En esta instancia son importantes las nociones acerca de la construcción de la noticia, de qué forma se aborda y se construye, y sus posibles relaciones en el tiempo. En la misma línea, la idea de que los medios “construyen el acontecimiento”, es decir, eligen, resignan, refuerzan, omiten y todas esas decisiones son absolutamente subjetivas y están sujetas a la línea editorial. Asimismo, se tienen en cuenta conceptos tales como los de “agenda setting”, teoría del “framing” y la teoría relacionada al análisis de contenido.

En segundo lugar, se tienen en cuenta conceptos relacionados con el plano de la sociología del deporte. Aquí tomo ideas relacionadas al fútbol en perspectiva histórica, su relación con la patria, su simbología, sus intereses ocultos y la conexión con nociones más amplias de “cultura popular” y “cultura masiva”.

Aula Virtual 13: La discursividad política en debate: entre pasado y presente

Una mirada a Antonio Gramsci y la Escuela de Birmingham: la cultura como elemento clave en las transformaciones sociales

Autora: Guerin, Cecilia.

Pertenencia institucional: IICOD/UCES- UNLaM.

Palabras clave: Hegemonía- Política- Cultura- Identidades.

E-Mail: cecyguemiz@yahoo.com.ar

El trabajo se inscribe en el eje temático “Procesos culturales, sujetos e identidades”, proponiendo retomar autores que han señalado una fuerte conexión entre estos elementos. En efecto, la intención es atender a ciertos tópicos presentes en la teoría gramsciana y en la escuela de Birmingham teniendo en cuenta que esos autores percibieron sus respectivas épocas como momentos de profundos cambios, y procuraron repensar categorías de análisis para poder dar cuenta de esas transformaciones. En ambos casos, se resalta la centralidad del elemento cultural y la configuración de las identidades de los sujetos a la hora de dar cuenta de los cambios sociales: “la filosofía de una época histórica no es más que la historia de esta misma época”, en palabras de Gramsci.



En otras palabras, esta idea gramsciana nos sugiere que la historia y la filosofía de una época coinciden porque la manera en la que pensamos y hacemos nuestra vida son dos caras de un mismo fenómeno. De este modo, nos acercamos a la noción de hegemonía, categoría central en el pensamiento de los autores que abordaremos, y que tanta importancia ha tenido - sigue teniendo- en pensadores de los más diversos enfoques. Estas perspectivas que colocan en un lugar central a la noción de hegemonía harán foco en el modo en el que el lenguaje constituye nuestra manera de pensar el mundo, distanciándose de las quienes sostienen una posición referencialista -en donde éste sólo nombra una realidad que lo precede.

Entendiendo también nuestra época como un momento de profundos cambios, nos parece relevante volver a estos autores que tuvieron una visión del acontecer humano como eminentemente dinámico y rechazaron el anquilosamiento de categorías dentro de sus tradiciones teóricas, para intentar dar cuenta de su presente y sus transformaciones.

De la frustración al resentimiento. Reconfiguraciones afectivas en la extrema derecha argentina

Autor: Rosso, Germán.

Pertenencia institucional: IICCOD/UCES-UBA- CONICET.

Palabras clave: Redes Sociales- Subjetividad- Política- Afectos.

E-Mail: ger.rosso@hotmail.com

Desde el contundente resultado de las elecciones primarias de 2023, el ascenso de Javier Milei y La Libertad Avanza (LLA) ha tendido a ser interpretado en clave afectiva. Sin desconocer móviles socioeconómicos e institucionales detrás de la caída electoral del Frente de Todos y de Juntos por el Cambio, se tornaron habituales explicaciones que giraron en torno a la idea del “voto bronca” y el “descontento” del electorado. El presente trabajo se propone examinar de qué modo LLA logró transmutar esta decepción o frustración generalizadas en adhesiones afectivas fundamentadas en el resentimiento y la indignación.

Como sostiene Descartes, “si se dice que han ocurrido muchos y grandes infortunios, nos entristecemos; si se agrega que alguien malvado fue la causa, nos irritamos”. En esta dirección, se propone analizar dos esquemas que fungieron como catalizadores de los sentimientos adversos contra las coaliciones que gobernaron el país durante la última década. Se trata de, por una parte, la contraposición entre una mayoría silenciosa perjudicada y una minoría o elite privilegiada; y, por otra parte, un sentimiento de coparticipación de las penurias que acompañó lo que algunos autores identifican como una configuración moral “mejorista”.

El Combatiente. Las estrategias comunicativas desde la experiencia militante de Juan Carlos García del Val

Autores: Zeitler, Elías y Méndez, Ángeles.

Pertenencia institucional: UNNE.

Palabras clave: Estrategias Comunicativas- Propaganda Revolucionaria- Dictadura Militar- Experiencia Militante.

E-Mail: eliaszeitler@gmail.com



A partir de un somero panorama historiográfico sobre las estrategias y experiencias comunicativas del PRT-ERP, proponemos una revisión de 20 artículos publicados en El Combatiente, específicamente entre el N° 150 (1 de enero 1975) y el N° 221 (16 junio 1976), en su mayoría referidos a cuestiones de economía política, aunque también focalizaremos en otros sobre el rol de la prensa, el ámbito universitario y la situación previa al golpe de Estado del 76. Sobre algunos de estos artículos tenemos referencias de que pudieron ser escritos por Juan Carlos García del Val (periodista y militante del PRT-ERP, detenido- desaparecido el 9 de julio de 1976, junto a su hijo Rudyar, de apenas 15 años, en un operativo de fuerzas conjuntas realizado en su domicilio de la calle Caseros 360, en la localidad bonaerense homónima, donde funcionaba la redacción nacional de El Combatiente, órgano oficial del partido).

Es importante considerar el contexto cambiante de producción de El Combatiente, según cuáles fueran las condiciones dentro de las casas operativas en que funcionaban las redacciones e imprentas, es decir, según se recrudeciera la persecución, o los equipos de propaganda sufrieran cambios por la dinámica de la militancia.

Considerando estos límites, nuestro objetivo general es brindar una primera aproximación a las ideas, conceptos, miradas y reflexiones que desde esta prensa partidaria se buscó ofrecer a los militantes y el ámbito popular, tanto para fortalecer la difusión ideológica como también para contribuir a la organización de la lucha revolucionaria.

Aula Virtual 14: Ciudadanía y comunicación en la era de la Inteligencia Artificial

Políticas públicas, desigualdades y desafíos: presentación del proyecto de investigación sobre inteligencia artificial en el nivel educativo medio y superior de la ciudad de Salta

Autores: Chachagua, María Rosa; Riveros Ale, Elías; Arcienega, Jesica; Corte, Guadalupe y Coca, Nicolás.

Pertenencia institucional: UNSa.

Palabras clave: Políticas Públicas- Inteligencia Artificial- Educación- Salta.

E-Mail: chachaguamariarosa@hum.unsa.edu.ar

En este trabajo nos proponemos presentarles el proyecto de investigación CIUNSA N° 2897/0 Tipo A "Un estudio sobre la IA y la integración de las tecnologías digitales en el nivel educativo medio y superior de la ciudad de Salta: políticas públicas, desigualdades y desafíos (2024-2027). En el mismo nos proponemos conocer los modos en que docentes y estudiantes integran estas tecnologías en los procesos de enseñanza y aprendizaje, considerando especialmente las diferentes aplicaciones de Inteligencia Artificial. Algunas preguntas que emergen en esta problematización son ¿Cuál debería ser el rol del Estado ante la integración de la IA en educación? ¿Debería consolidarse como un agente de desarrollo de herramientas digitales "avanzadas" para llegar a todos los estudiantes como un bien público que garantice su derecho a la educación? Y en ese sentido ¿Qué rol debería tener el sector privado? Y en cuanto a los usos específicos nos preguntamos ¿Qué lugar ocupan las políticas de inclusión digital en la integración de la IA? ¿Cómo se puede integrar la IA en el sistema educativo? ¿Qué opinan los



docentes y los estudiantes sobre esta posible integración? ¿Qué desafíos/ tensiones/ posibilidades comunicacionales y educativas despiertan al interior del sistema educativo?

Respecto a la metodología, la investigación se sitúa desde una perspectiva crítica de la tecnología (Feenberg, 2005) y se propone analizar la integración de las tecnologías digitales en el nivel secundario y superior, desde una tríada teórica compuesta por Estado, comunicación/educación y tecnologías. Así proponemos un abordaje metodológico desde la perspectiva de los métodos mixtos que integran diferentes formas de construcción de datos (Creamer, 2017), con la triangulación inter métodos de carácter cualitativo y cuantitativo (Forni y De Grande, 2020), ya que consideramos que los usos e integración de las tecnologías digitales en los ámbitos educativos, requiere de una mirada reflexiva y crítica que permita captar sus diferentes dimensiones.

Ciudadanía digital y políticas públicas: un estudio sobre desigualdades digitales en el marco de la implementación de la I.A en el ámbito educativo (Argentina, 2023-2024)

Autoras: Cruz, Anita Micaela y Barrios, Gabriela.

Pertenencia institucional: UNSa.

Palabras clave: Ciudadanía Digital- Rol del Estado- Internet- Espacio Digital Público- Inteligencia Artificial.

E-Mail: anitamicaelac@gmail.com

En el siguiente trabajo nos proponemos problematizar en los proyectos de regulación sobre I.A. el lugar de las desigualdades digitales, y qué acciones y herramientas promueven para garantizar su incorporación en el ámbito educativo. Esto en el marco del proyecto de investigación CIUNSA N.º 2897/0 Tipo A: “Un estudio sobre la I.A. y la integración de las tecnologías digitales en el nivel educativo medio y superior de la ciudad de Salta: políticas públicas, desigualdades y desafíos (2024- 2027)”.

Partimos de entender a Internet como un espacio digital público en el cual los sujetos habitan, conviven y establecen vínculos. La participación ciudadana en la geografía digital supone el desarrollo de reglamentaciones, reconocimiento de derechos y obligaciones en el entorno virtual.

En Argentina existen antecedentes legislativos para la superación de las desigualdades digitales y promoción del acceso a las TIC. Entre ellos se destacan el Decreto 459/10 para la implementación del programa Conectar Igualdad y la Ley 27078/14 “Argentina Digital”. Un paso hacia la regulación de la I.A. en el ámbito educativo, fue la presentación el Proyecto de Ley de Regulación y Uso de la Inteligencia Artificial en la Educación, en cámara de diputados en 2023. En este, se establecen usos responsables de la IA en ámbitos educativos, desde nivel inicial hasta nivel superior, de gestión estatal y privada.

Desde una metodología cualitativa, realizaremos una revisión inicial de las legislaciones mencionadas desde la perspectiva sobre la regulación de los Ecosistemas Digitales y el rol del Estado. Nos preguntamos: ¿en qué medida los proyectos de regulación sobre el uso de la I.A. reconocen las desigualdades digitales en el contexto argentino? ¿Qué acciones y herramientas promueven y se necesitan para garantizar su incorporación en el ámbito educativo?



Medios de comunicación y periodismo ante el nuevo escenario que plantea la Inteligencia Artificial Generativa

Autor: Di Domenica, Sebastián.

Pertenencia institucional: UCES- Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV).

Palabras clave: Inteligencia Artificial- Periodismo de Investigación.

E-Mail: sebadido@yahoo.com.ar

Desde la aparición de Internet en Argentina, los cambios en los medios de comunicación pueden dividirse en varias etapas. La del optimismo inicial, la de la crisis económica posterior, la de la adaptación a las reglas impuestas por los gigantes tecnológicos y finalmente la de la desinformación y la desconfianza. Sin embargo, el 2023 puede representar el inicio de una nueva etapa. Es aquella en la que la inteligencia artificial se suma a la actividad periodística y vuelve a determinar una transformación de importancia. ¿Cuáles son los mayores desafíos para los periodistas y los medios en este nuevo escenario que comienza? ¿Qué tipo de periodismo será realizado por los periodistas (humanos) y que tenga un diferencial de calidad con el realizado por la inteligencia artificial? ¿Crecerá la relevancia del periodismo de investigación, el periodismo explicativo, el periodismo de soluciones, el periodismo social y la crónica de cercanía? El objetivo de este trabajo es detallar un recorrido de análisis sobre el periodismo digital en el actual contexto. A su vez el desarrollo intentará describir experiencias prácticas en el aula para producir contenidos periodísticos digitales con asistencia de inteligencia artificial.

Periodismo de investigación: experiencias y desafíos en la era de la IA

Autora: Loto, Norma.

Pertenencia institucional: UCES- Universidad de Tres de Febrero (UNTref)- Universidad de San Isidro.

Palabras clave: Periodismo- Investigación- Inteligencia artificial- Machine Learning.

E-Mail: normaloto@gmail.com

Los avances tecnológicos invitan a pensar en nuevas estrategias para hacer un periodismo de calidad.

Desde hace varias décadas el Periodismo de Investigación (PdI) se vale de la tecnología para poder develar los secretos que, por intereses hegemónicos, se empeñan en permanecer ocultos. En el último lustro, los medios han implementado la Inteligencia Artificial (IA), con la utilización de los grandes motores como (Chat GPT, Bing, etc) y con el uso del Machine Learning (ML). Este último implica una retroalimentación que va desde la proveeduría de información para luego proceder a la clasificación, predicción y agrupación, éstos son pasos esenciales para el análisis de datos que implica una investigación.

En la actualidad no se puede pensar en Periodismo de Investigación, sin estas herramientas. Esto no significa que el PdI haya claudicado a sus técnicas de la búsqueda de la verdad que los sectores del poder quieren ocultar, sino que la utilización de ambas herramientas acerca la posibilidad de mayor exactitud, transparencia y mejor rendimiento de tiempos. En este sentido, los ejemplos de experiencias tantos a nivel mundial como regional son múltiples.



Este aporte se enfoca en las experiencias exitosas de Periodismo de Investigación en las que se han utilizados ambas herramientas. A la vez, que se enfocará en el análisis de los desafíos que de estas se desprenden.

El Impacto de la Inteligencia Artificial en las prácticas comunicacionales de los futuros profesionales de la comunicación

Autoras: Montenegro, María Emilia y Godoy, María Magdalena.

Pertenencia institucional: UNT.

Palabras clave: Educación- Comunicación- Inteligencia Artificial.

E-Mail: mariaemilia236@gmail.com

El futuro de la educación, la comunicación y la producción multimedia, está inexorablemente ligado al avance de la IA y otras tecnologías emergentes.

Si bien la IA ofrece un potencial sin precedentes para la personalización y optimización de un sinnúmero de procesos, para mejorar la productividad y la eficacia en diversos ámbitos e industrias; también plantea desafíos en términos de ética y autenticidad. Así, los comunicadores deben adaptarse a estos cambios y aprovechar el potencial de la IAG en el contexto de una Cultura Digital.

La inteligencia artificial generativa (IA generativa) es un tipo de inteligencia artificial que puede crear ideas y contenidos nuevos, como conversaciones, historias, imágenes, videos y música. Las tecnologías de IA intentan imitar la inteligencia humana en tareas informáticas no tradicionales, como el reconocimiento de imágenes, el natural *language processing* (NLP, procesamiento de lenguaje natural) y la traducción. La IA generativa es el siguiente paso en la inteligencia artificial. Puede entrenarla para que aprenda lenguaje humano, lenguajes de programación, arte, química, biología o cualquier tema complejo. Reutiliza los datos de entrenamiento para resolver nuevos problemas. Por ejemplo, puede aprender vocabulario en inglés y crear un poema a partir de las palabras que procesa. Su organización puede utilizar la IA generativa para diversos fines, como los chatbots, la creación de medios y el desarrollo y diseño de productos.

Los objetivos de nuestro trabajo son conocer la opinión de los estudiantes de tercer año de Ciencias de la Comunicación sobre la IAG y analizar la manera en que la incorporaron en sus procesos, tanto de aprendizaje, como de la producción multimedia; especialmente en el contexto de nuestra asignatura y otras asignaturas de la carrera, y experiencias alcanzadas, tanto en el ámbito social como de las prácticas profesionales. Así mismo analizaremos tanto las oportunidades, como los desafíos que presenta la IAG en el campo de la educación y la comunicación.

La escritura en ciencia y la inteligencia artificial, ¿pueden mejorar la comunicación?

Autora: Suárez, Ana Isabel.

Pertenencia institucional: UNQui.

Palabras clave: Inteligencia Artificial- Escritura Científica- Desempeño Académico.

E-Mail: anaisabelsuarezdepalomo@gmail.com



El presente artículo aborda una de las nuevas problemáticas en la educación en Ciencias, que atraviesa la escritura científica, la Inteligencia Artificial (IA). La escritura científica es un proceso de lectoescritura que el estudiante debe realizarlo constantemente durante su formación académica y su carrera profesional. Ahora bien, la escritura científica es una construcción textual que el estudiante logra a través de procesos intelectuales, que se adquieren durante las distintas etapas educativas. El estudiante del siglo XXI, está inmerso en el mundo de la tecnología que avanza de manera vertiginosa. En estos términos, hace su aparición la IA. Desde noviembre de 2022, se facilita al público de manera gratuita la IA, en especial el Chat GPT, como sistema de procesamiento de lenguaje sencillo, abriéndose un abanico de posibilidades al alcance de los estudiantes y el docente. Esto produce una discusión educativa: ¿la IA es beneficiosa para el estudiante, a la hora de redactar un texto científico? Este artículo aspira a generar la reflexión de los docentes y del alumno, y si es realmente provechosa la IA a la hora de realizar un escrito científico.

Esta discusión recién comienza. Pero es importante recordar, que la IA es un sistema computacional centrado en los siguientes constituyentes de la inteligencia: aprendizaje, razonamiento, resolución de problemas, percepción y uso del lenguaje. Todos estos procesos deben ser generados por el estudiante, que debe producir su propio proceso de enseñanza y de aprendizaje al realizar sus textos científicos. La IA es un software, nunca reemplazara al ser humano, debe ser considerada una herramienta de apoyo para la educación y el mundo en el que estamos inmersos.