La investigación en Comunicación/Educación: problemas epistemológicos y teóricos en la (in) definición del campo

Por Paula Morabes

Licenciada en Comunicación Social y doctoranda en Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. En esta misma unidad académica, es profesora regular del seminario "Investigación en Comunicación y Educación", profesora Adjunta de la materia "Comunicación y Educación", codirectora de proyectos de investigación acreditados en el Programa Nacional de Incentivos y coordinadora de Proyectos de Extensión en el Centro de Comunicación y Educación.

Desde la perspectiva que se propone en este artículo, investigar en comunicación/educación supone pensar a las problemáticas presentes en el territorio de Comunicación y Educación a partir de una mirada que entiende a la comunicación en la cultura como un proceso sólo comprensible desde y en las prácticas sociales de los sujetos históricamente situados. Busca así poner en evidencia el sentido político-ideológico presente en nuestras prácticas de investigación.

Pensar la producción de conocimientos en espacios académicos no sólo remite sino que también reclama invariablemente la reflexión respecto de las coordenadas epistemológicas, teóricas y estrategias metodológicas en las cuales desarrollamos nuestro trabajo. Si esta afirmación es cierta en aquellos espacios disciplinares con mayor tradición en el interior de las ciencias sociales, lo es más aún en un territorio en el cual la investigación está apenas comenzando a andar.

Es a partir de algunos de los anclajes que promueven las tres coordenadas mencionadas, que situamos de un modo particular a la investigación en comunicación/educación[1] y su lugar en el campo. En este sentido, el vínculo comunicación y educación, pensado como articulación transdisciplinar desde la mirada de la comunicación/cultura[2], posibilita en la investigación en este territorio, al menos, tres cuestiones:

- Ensanchar el horizonte de los problemas sociales tradicionalmente estudiados por la comunicación y la educación.

Punto de partida importante para acercar los recorridos paralelos –o divorciados en algunos momentos– de la investigación y la intervención en el campo (Huergo, 2004). En primer término, al considerar la producción de conocimientos a partir de y en las prácticas sociales de los sujetos; en segundo lugar, en función de permitirnos pensar a la comunicación/cultura más allá de, y al mismo tiempo atravesando, los productos u objetos culturales y tecnológicos. Esto en un proceso de desnaturalización de la mirada teórica, especialmente de la que traemos como comunicadores.

- Asumir las tensiones, inestabilidades y retos en la investigación, que la propia in-definición del territorio de comunicación/educación "provoca", en los múltiples sentidos que tiene esta expresión.

La articulación desde una mirada transversal, desde la comunicación/cultura, reclama abrir la mirada epistemológica hacia perspectivas teóricas que nos permitan comprender mejor el modo en que producimos el conocimiento en este espacio. Esto es, una aproximación a visiones que dentro de la epistemología de la ciencia nos permitan una mejor y mayor capacidad de comprensión para movernos en la complejidad de un territorio con fronteras porosa y en el cual, además, la gran tradición en trayectorias de intervención nos sitúa ante un modo de producción de conocimientos que orada la tradicional división en "aspectos internos" y "externos de la ciencia", y coloca la problemática del poder y la ideología como ineludibles.

- Desafiar la instrumentalidad y la falsa dicotomía teoría-práctica en los procesos de investigación e intervención, otras de las problemáticas visibles en el campo de Comunicación/Educación.

Si bien todos conocemos las limitaciones de estas visiones, no es menos cierto que no siempre asumimos las implicancias al momento de pensar

1 Jorge Huergo (2000) sostiene que al proponer "sustituir la cópula 'y' de Comunicación 'y' Educación, por la barra '/' (a la manera de Schmucler, 1984), lo que tenemos como propósito es significar: a) la recuperación de procesos, b) el reconocimiento de los contextos históricos, socioculturales y políticos y c) la propuesta de algunas

nuestras estrategias, métodos y técnicas en la investigación.

Es desde aquí que propongo trazar algunas primeras líneas de trabajo iniciadas en las investigaciones e identificar problemáticas claves para mirar-/nos en la investigación en comunicación/educación. Para comenzar este recorrido, entonces, es necesario tener en cuenta algunas características que han marcado la investigación académica en su relación con la intervención en Comunicación y Educación, y a partir de las cuales he construido lo que entiendo como algunas de las problemáticas del campo.

La investigación académica en Comunicación y Educación surge en los últimos años en la intersección de dos disciplinas –la comunicación y la educación– cuya vinculación se había dado fundamentalmente en las décadas del 60 y 70 a partir de una amplia y fuerte tradición de trayectorias prácticas de intervención social en América Latina, en espacios generalmente no académicos o con escasa relación con la academia. Como propone Jorge Huergo (1999), las trayectorias prácticas de intervención con estrategias de comunicación y educación pueden ser consideradas en su topografía del campo de Comunicación y Educación en tanto marcas o hitos que permiten recorrer el territorio. Estas trayectorias, que para el autor surgen "en el interjuego entre tradiciones estratégicas y representaciones"[3] y "abarcan modos de intervención a través de estrategias educativo-comunicacionales", son también mencionadas como *comunicación educativa* (en algunas oportunidades por Jesús Martín Barbero), *educomunicación* (como las denomina Mario Kaplún) y *Educación en Comunicación* (en otras ocasiones por Barbero, Castillo o Huergo)[4].

La investigación académica en Comunicación y Educación, especialmente en nuestro país, ha sido fuertemente interpelada por su excesiva tendencia al "teoricismo" y a los interrogantes surgidos del escritorio, antes que de los problemas y preguntas de los diferentes actores sociales, y cuestionada también, por su escaso compromiso en la acción con las problemáticas de dichos actores (Huergo, 2004).

A mediados de los ochenta, las urgencias prácticas –motivadas por la fuerte sensación de crisis social, política y cultural que atravesaba la Argentina y América Latina– y un contexto político-cultural propicio, aceleraron la necesidad de ampliación del espacio académico de investigación y reflexión, y algunos intentos de superación de esta situación. Promediando los noventa, y en el contexto de un crecimiento –numérico en principio– de la investigación en comunicación, y en el marco de un fortalecimiento de la institucionalización de las "carreras" de comunicación, vemos como "comunicación y educación" se "aloja" preponderantemente en esos espacios académicos o en vinculación con ellos.

No obstante, a fines de los noventa, interpeladas por un territorio desordenado, con una fuerte trayectoria en la intervención y con interlocutores con origen en "otras disciplinas" o ámbitos profesionales (como pedagogos, docentes, psicólogos), se hacen más evidentes y se vuelven "problemáticas" las potencialidades y limitaciones de las diferentes perspectivas teóricas en comunicación. Así, con la agudización de la recesión económica y la exclusión social, y con mayor fuerza a partir de los sucesos del 19 y 20 de diciembre de 2001 –en particular en los centros urbanos–, algunos agrupamientos relacionados con estas trayectorias iniciaron trabajos conjuntos con asambleas barriales, fábricas recuperadas y organizaciones de desocupados, donde la formación o "capacitación" desde una perspectiva crítica se constituyó en uno de los ejes más importantes[5]. Fue de este modo como la larga tradición de vinculación entre la comunicación y la educación a partir de trayectorias prácticas con un fuerte eje en la intervención desplazó históricamente el desarrollo de la investigación académica.

bases preliminares para la construcción de un espacio teórico transdisciplinario".

2 Schmucler es quien va a proponer expresar la tensión entre comunicación y cultura a partir de reemplazar el nexo "y", que sólo daría cuenta de la separación, por la barra "/" que permite dar cuenta del proceso y la tensión no resuelta, sin subsumir una a la otra.

3 A lo largo del libro, Huergo (2005) va a recorrer algunos de los hitos de esta relación entre tradiciones teóricas, representaciones y trayectorias prácticas en el campo de comunicación/educación en América Latina.

4 Existe una gran cantidad de redes y OSC vinculadas a la intervención en problemáticas de comunicación y educación. Se relacionan, en su gran mayoría, con la llamada "comunicación alternativa" en organizaciones sociales como el INCUPO (Instituto de Cultura Popular, fundado en 1970), a ALER, (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), y también vinculados en Argentina a la Iglesia Católica, como en el caso del Centro Nueva Tierra o del Centro de Comunicación Educativa La Crujía, o a organizaciones indígenas, entre muchos otros.

5 Con diferentes niveles de organización y trabajo, algunos de estos emprendimientos continúan en la actualidad.

Por su parte, las trayectorias prácticas de intervención social de comunicación y educación se constituyen para el campo académico y no académico de comunicación y educación como una de sus mayores fortalezas en la medida que posibilitan un importante acercamiento al terreno social. Pero, al mismo tiempo, en muchas ocasiones constituyen también su mayor obstáculo al momento de reflexionar en torno a los problemas de investigación que se plantean en función de dichas prácticas, principalmente producto del imaginario existente respecto de las posibilidades de la acción social de la comunicación como supuesta herramienta transparente de solución de conflictos.

Pese a esta permanente tensión entre trayectorias prácticas de intervención en comunicación y educación, institución de un campo de investigación académica y perspectivas comunicacionales está aún en ciernes la sistematización e indagación de esta articulación en Argentina. Existen por supuesto algunas y muy valiosas aproximaciones en nuestro país y en América Latina de trabajos de recopilación de parte de investigaciones en el área y por otro lado reflexiones académicas respecto de la investigación, así como algunas sistematizaciones de experiencias respecto de las prácticas de intervención, aunque todavía de modo escaso y fragmentario. Y, se está apenas iniciando la articulación entre estas trayectorias de intervención y los trabajos de investigación que efectivamente se están realizando desde la perspectiva comunicacional en la que nos situamos. Esta situación nos coloca ante algunas cuestiones que es importante resaltar:

1- En primer lugar, la necesidad de pensar en términos de transversalidad el campo de Comunicación y Educación, entendida como ese "enfoque específico que no trabaja desde lo interdisciplinario ni pretende unificar ambas disciplinas en un objeto específico sino que reconoce la pertinencia de una mirada que orada las fronteras disciplinares" y "trabaja a partir del intercambio crítico de puntos de vista teóricos y metodológicos entre ambas disciplinas" (Da Porta, 2004). Sería -y de hecho lo ha sido- poco conducente "tironear" tercamente desde miradas disciplinares escindidas. En esta línea es que los estudios desde la comunicación/cultura nos permiten pensar, antes que partiendo *de las disciplinas* particulares, *desde las problemáticas* de los sujetos histórica y culturalmente situados.

2- Una segunda cuestión se relaciona con el vínculo entre comunicación y educación. Esta relación ha sido y puede ser pensada de diversos modos (como elementos equivalentes, opuestos o complementarios) y al pensarla como articulación asumimos lo que han sostenido Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, al definir la articulación como "cualquier práctica que establezca relaciones entre elementos de manera que sus identidades sean modificadas como resultado de la práctica articulatoria". Es desde aquí que sostenemos que en los espacios en donde se vincula "lo comunicacional" y "lo educativo" las identidades que ponen en juego esta relación se ven modificadas. Y no se trata sólo de ver si la relación efectivamente emerge de este modo sino, fundamentalmente, de "hacerla" emerger con y en nuestras propias perspectivas en las prácticas de investigación.

3- En estas tensiones que se plantean al pensar en términos de transdisciplina y de articulación se funda la necesidad de "tomar distancia" y desnaturalizar nuestro propio espacio. Esto es, asumidas estas cuestiones, un tercer aspecto es, desde el lugar que nos toca como comunicadores, trabajar estas tensiones que recorren permanentemente el campo y reclaman una redefinición de elementos claves de las miradas comunicacionales. Es probable que así podamos contribuir a dar cuenta y ampliar las problemáticas sociales y culturales que debieran involucrarse en esta área de conocimientos. Una vez más los elementos internos y externos que implica las producción de saberes parecen desdibujarse en una tensa frontera.

El proceso de "extrañamiento" si se quiere en un sentido antropológico que se propone respecto de la investigación en el campo se sustenta en dos sentidos: por un lado, desde las perspectivas comunicacionales intentado "desnaturalizar" lo comunicacional, a efectos de hacer explícita una posición particular; por otro, en el reconocimiento de las consecuencias que esta posición teórico-ideológica tiene en la identificación de las problemáticas epistemológicas, teóricas y temáticas del campo de Comunicación y Educación.

La "mirada comunicacional"

El proceso de "desnaturalizar" –en los términos que plantea Bourdieu (1976)– las perspectivas teóricas y el modo en que se pone en juego la mirada comunicacional**,** tiene una relevancia especial para poder analizar el campo de conocimientos en Comunicación/ Educación, por las siguientes cuestiones:

- por las particularidades de su constitución histórica
- por su conformación mayoritaria como campo académico en las carreras de comunicación
- por su necesidad de construirse en la transversalidad.

Antes que –o no solamente– por un sentido de búsqueda de consistencia interna en términos teórico-metodológicos.

La perspectiva o mirada comunicacional pensada como el modo en que se definen y articulan:

- Los distintos ejes conceptuales que históricamente han definido de diversos modos los elementos que componen lo comunicacional. Ya se trate de su definición en las teorías informacionales como "emisor/mensaje/canal/código/receptor" y sus derivaciones actuales; ya sea su comprensión como "producción" o "construcción" de sentidos, sus antecedentes y derivaciones en las diversas teorías del sujeto y del discurso social[6].
- El modo en que se ve la relación medios masivos-sociedad, uno de los ejes temáticos recurrentes en la discusión del campo.

La perspectiva comunicacional implica, entonces, un modo de situarse en el territorio de Comunicación y Educación, y ambos aspectos conllevan la consideración de diferentes referentes, el abordaje y la construcción de distintas problemáticas, así como disímiles estrategias y tácticas metodológicas en la investigación en Comunicación/Educación.

Ahora bien, ¿por qué la elección de la expresión/concepto "mirada o perspectiva en comunicación" para mencionar el lugar teórico comunicacional, y no simplemente el de "teorías"? En principio, y tal como he afirmado en alguna oportunidad[7], remite a la necesidad de establecer que en lo que a comunicación refiere no está saldada la cuestión respecto a que si aquello que suele englobarse en los clásicos del campo como "teorías de la comunicación" son efectivamente "teorías" con las implicancias epistémicas en tanto cuerpo autónomo y sistemático de reflexiones.

Para hacer referencia a estas "perspectivas" podríamos considerar el concepto de "paradigma". Sin embargo, parece no ser del todo apropiada para dirimir la cuestión tan luego en el campo por demás inestable de la comunicación. La ya clásica discusión respecto a la existencia de paradigmas en las ciencias sociales, al menos tal como los propone Thomas Kuhn (1962, 1969), y el debate respecto de su estatuto de disciplinas pre-paradigmáticas o a-paradigmáticas tal como propone Roberto Follari (2000), justifica, si no descartar, al menos dejar en suspenso el concepto de paradigma.

No obstante, el término, si bien pude ser útil como referencia –en particular en cuanto a la consideración de una "matriz disciplinar"–, no aportaría precisión en el desarrollo de nuestros trabajos en comunicación, dado que se trata de un espacio disciplinar en el que justamente la falta de consenso en las perspectivas teóricas (aspecto no

6 Las diferentes visiones y perspectivas en los estudios de comunicación sobre estos tópicos puede recorrerse, entre otras publicaciones y con distintos énfasis, en los siguientes trabajos del campo: Mattelart, A. y M. (1997), Wolf, M. (1987), Rivera, J. (1987), Orozco Gómez, G. (2000), BARBERO, J.M. De los medios a las mediaciones, op.cit.; Schmucler, H. (1997), Entel, A. (1994), Ford, A. (1994) y, específicamente en referencia a los estudios de la recepción, Saintout, F. (1998).

7 Véase al respecto el número 29 de la revista Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

menor al referirnos a paradigma) es uno de los nudos problemáticos.

Las perspectivas teóricas de la comunicación, en particular, si bien surgen en un determinado momento histórico, que incide en las características de cada una de ellas, coexisten de modo más o menos explícito en las investigaciones muchos de sus conceptos o presupuestos, y, en algunas ocasiones asumiendo desde perspectivas diferentes a los elementos que intervienen en el proceso comunicacional[8]. De este modo, vemos que en el desarrollo de las investigaciones en comunicación/educación falta aún abordar las consecuencias que supone en la construcción de los objetos de estudio, en las metodologías y en las técnicas las implicancias de situar a la comunicación como producción social de sentidos y significados, es decir, como materialización social del sentido[9].

A esta situación, respecto de su estatuto epistemológico, propia de las ciencias sociales en general, se suma que al situarnos en Comunicación/Educación en una perspectiva de articulación transversal el concepto de "teoría", en su sentido más fuerte, nos acerca demasiado riesgosamente a lo "disciplinar". Por lo tanto, para trabajar lo comunicacional como un modo de construcción de objeto de estudios en las investigaciones optamos por enunciarlo como "perspectiva" o "mirada" comunicacional para favorecer este proceso de desnaturalización y complejización de nuestros objetos de estudio.

Reconocer y explicitar estas perspectivas busca establecer –siguiendo a Bourdieu (1993)– un movimiento para pensar a lo "concreto" en términos de cada vez mayores niveles de abstracción y complejidad. Digamos, parafraseando al mismo Bourdieu en su crítica a la sociología espontánea, salir de la "comunicación espontánea". Para poder ingresar en nuestras investigaciones el movimiento que implica "desplazarse de los sujetos y sus prácticas, sus discursos, a las dimensiones estructurales, y de allí nuevamente a las prácticas: sentido y fuerza. Incorporar el conflicto en el territorio de las significaciones: la politicidad de la comunicación" (Saintout, 2003). Es precisamente esta posición la que nos ubica de modo particular ante las problemáticas sociales que abordamos desde comunicación y educación.

Uno de los mayores inconvenientes para pensar la relación en general y la investigación en particular en comunicación/educación –tanto en la instituciones educativas como en las organizaciones sociales– es el hecho de pensar lo "comunicacional" como transparente, ajeno a lo conflictivo y evidente. Nos parece "evidente" que en tal o cual espacio "hay", "no hay" o "puede haber" comunicación. Caemos así involuntariamente en el "olvido" de aquello que hemos construido como lugar conceptual nosotros mismos: la idea de comunicación. En términos marxistas clásicos, diríamos que estamos convirtiendo a la comunicación en un "fetiche".

En este sentido, pretender una mirada "natural" o ingenua, aún de lo aparentemente más evidente, no es más que estar, como plantea Stuart Hall (Curran, Morley y Walkerdine, 1998), en el "grado máximo de la ideología", aquel en que se ha naturalizado la construcción de lo real. Y, por supuesto que los investigadores menos que nadie estamos exentos de esta cuestión. Pero como contrapeso a esta especie de "olvido" en el que solemos caer, en los estudios de la comunicación también encontramos ciertas particularidades que nos brindan elementos para pensar desde otro lugar, en especial debido a que el fuerte peso de lo "simbólico" como categoría ineludible para pensar a los medios masivos –referentes privilegiados de los estudios de comunicación en sus comienzos y aún hoy– tempranamente puso de relieve las discusiones y reflexiones respecto a los conceptos más básicos de las ciencias sociales.

También en los estudios de comunicación –tal como plantean Jensen y Jankowski (1998)– hubo que volver a pensar en otros términos al sujeto, al discurso, a la ideología y a la cultura. El modo en

8 En diferentes trabajos, María Immacolata Vasallo de López (2003) marca esta dificultad en la investigación en comunicación y la necesidad de abordarla.

9 Y, por ejemplo, recuperar aspectos de la semiótica pragmática. Las implicancias que esto tiene en términos de una investigación implica, por ejemplo, poner en suspenso las perspectivas binarias respecto de la definición de signo, como "significante/significado", al estudiar las representaciones sociales. Sabemos que para el mismo Saussure el problema del "uso de la lengua", "del habla" y agrego, por tanto del "sentido", en términos sociales, tal como solemos pensarlo desde la comunicación, ingresa en un campo de reflexiones delimitado y que es postulado como una nueva área de conocimientos sobre el uso de los signos en la sociedad.

que se comprenden estas categorías resulta fundamental para pensar qué es lo "real" al construir un objeto de estudio, y por ende cómo construir al referente y qué considerar como problemas para abordar en el campo; aspectos ineludibles cuando pensamos qué es lo que "se pone en común" y con qué objetivos lo hacemos.

Es en esta relación entre discurso, ideología y cultura que ha anclado gran parte de los estudios de la comunicación. En este sentido, debemos señalar que las teorías del discurso, en tanto atraviesan a los "paradigmas seminales" (Hall, 1994) de los estudios culturales, lo son también en las apropiaciones que de ellos se realizan en el campo de la comunicación en Argentina, en especial a fines de la década del 80 y principios de los 90 cuando adquiere una fuerte consolidación institucional la investigación académica en comunicación (Saintout, 2003).

Comunicación/Cultura y Educación: algunos aportes posibles

Ahora bien, ¿qué incidencias tiene esta mirada comunicacional para pensar el campo de Comunicación/Educación? ¿Qué es lo que aporta en este territorio particular la mirada desde lo comunicacional, que se propone retomar? Visión que vincula críticamente comunicación/cultura y que tiene, por cierto, una importante historia en la comunicación.

Tomando algunos puntos de esta perspectiva, es interesante destacar en principio tres cuestiones acerca de esta vinculación:

1- Asume las matrices sociales y culturales de América Latina, lo que permite pensar críticamente la brecha entre trayectorias prácticas de intervención y campo académico de investigación.

2- Al asumir estas matrices, mira de modo complejo la relación comunicación/cultura y hegemonía, lo que permite trabajar referentes y espacios de producción simbólica y cultural sin relegar el problema del "poder", de o ubicarlo excluyentemente en los condicionamientos estructurales.

3- Y, fundamentalmente, entiende a la relación entre las "condiciones materiales" y lo "simbólico" en términos de una articulación que, como tal, modifica ambos términos de la relación, lo que resulta clave para desandar los planteos que oponen "teoría" y "práctica" y que, consecuentemente, ubican a la "investigación" del primer lado y a la "intervención" en el segundo. Negando de este modo a la intervención el reconocimiento de los conocimientos teóricos que produce, y a la investigación la posibilidad de provocar variaciones y/o alteraciones que serían propias de la "intervención" y la "condena", por así decirlo, a "corroborar teorías".

Aun si asumimos que la investigación presupone la producción sistemática de conocimientos y que la intervención se ubica en el plano de la búsqueda de variación y alteraciones en el "orden" de la acción, desde esta articulación –tal vez no hegemónica– podemos considerar y propiciar otra comprensión de la relación entre lo "material" y lo "simbólico".

Es posible que en este movimiento podamos reconocer también desde qué lugares, con qué modos y a partir de qué estrategias se producen sistemáticamente conocimientos desde la intervención, al tiempo que atendemos y propiciamos las "variaciones" y "alteraciones" en la investigación en términos de:

- Variaciones en los supuestos teóricos, antes que "corroboración" de teorías.
- Alteraciones en los modos de búsqueda de información; esto es, en lo "metodológico" y sus modelos consagrados.
- Y, especialmente, variaciones y alteraciones en la clásica posición como investigadores "externos" a las condiciones materiales en las que estamos situados.

Ingresando más específicamente a las producciones del campo de conocimientos de la comuni-

cación y la educación, ¿qué implicancias tiene esta mirada?, ¿qué resguardos es conveniente tomar para evitar caer en un "culturalismo" demasiado celebratorio de lo individual, en el que se ha incurrido en no pocas oportunidades? Es interesante, propone Hall[10], considerar ambas partes de la proposición de Karl Marx: "Los hombres hacen la historia sobre la base de condiciones que ellos no han contribuido a realizar". Es decir, no se trata ni de un determinismo mecanicista ni de un espontaneísmo voluntarista en el que han caído muchos análisis culturalistas sino, más bien, de recuperar una mirada que permita captar la "movilidad cultural" en un contexto de crisis orgánica para pensar los problemas en comunicación/educación.

La particularidad de lo comunicacional de trabajar sobre referentes lábiles y sumamente móviles como son los productos culturales y la cultura mediática pensada en el contexto de las transformaciones culturales que se intensificaron en el último cuarto del siglo XX. Considerar la variabilidad, labilidad y lo inconcluso de la producción simbólica, sin que esto menoscabe los condicionamientos estructurales, nos permite salir de los pensamientos sobre las instituciones en términos de dispositivo y reproducción, aspecto con una larga tradición en algunas visiones académicas de la educación.

El otro aspecto a señalar es el lugar de los estudios sobre la cultura en educación. Lo cultural como un aspecto a considerar, en tanto arbitrario, estuvo siempre estrechamente vinculado a la educación. En la línea de los estudios culturales en educación –señala Sandra Carli (2001)– autores como Paul Willis, fundamentalmente a partir de su obra *Aprendiendo a trabajar* (1988), constituyen "una referencia importante de los estudios culturales" y "diagnostican el pasaje de la pregunta sobre el papel de la escuela en la emancipación de la clase obrera a la pregunta por el papel de los massmedia en la producción de los sujetos contemporáneos". Sin embargo –tal como analiza Carli en nuestro país a diferencia de los Estados Unidos y Europa– en los estudios sobre educación trabajos pioneros en asumir la cultura como "objeto de estudio" como los de Saúl Taborda fueron relegados a lugares no-hegemónicos y recién en los últimos tiempos recuperados. Algo similar ocurrió con Paulo Freire en la "academia"[11].

En tanto que el sistema escolar como espacio de reproducción de saberes legítimos funcionó, al menos en alguna medida, las visiones de análisis más tradicionales de la educación mantuvieron su centralidad. La evidencia del "desorden" que en apariencia producía la cada vez mayor incidencia de la cultura mediática en los espacios escolares y en la cultura escolar, acompañado por los factores estructurales que desmembraron al sistema educativo ante el retiro del Estado durante la década del noventa, impulsó tanto a los actores educativos como a los investigadores del campo a "acercarse" de algún modo a los espacios comunicacionales[12], en la búsqueda de elementos para dar cuenta de lo que se denominó y cristalizó en las representaciones sociales como la "crisis educativa", producto de las transformaciones en los modos de priorizar y transmitir el arbitrario cultural.

Es por esto que la "tradición" si se quiere de la comunicación/cultura adquiere una gran potencialidad para "mirar" este espacio en que comunicación y educación se articulan o, mejor dicho, para "articular" en estos espacios, más allá de su ubicación en los "márgenes" del territorio, o tal vez justamente por esto.

Esta perspectiva incide, en la posición desde la cual se consideran los aspectos problemáticos del campo, en lo que finalmente se constituye como problema, y en la elección del referente de la investigación. Hay muchos "clásicos" en las temáticas del campo que desde esta visión adquieren características muy diferentes como problemas de investigación. Por ejemplo, "Los medios masivos y la violencia en la escuela" se puede asumir como

10 En el mencionado artículo el autor plantea los grandes ejes, el debate y sus aportes a los estudios culturales de las líneas "culturalistas" y "estructuralista" al interior de los mismos. Para profundizar el debate respecto a las limitaciones del "subjetivismo" en las perspectivas "culturalistas", ver el número dedicado al tema de la revista *Zigurat* N°2, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, noviembre de 2001.

11 Un estudio en este sentido se encuentra en al tesis de maestría de Jorge Huergo (2005), donde se realiza un análisis exhaustivo de los valiosos aportes de estas narrativas contra-hegemónicas al campo de Comunicación y Educación.

12 Trabajos como los de Silvia Dubschatkzy y algunos de los trabajos de Sandra Carli dan cuenta de este proceso descrito por los propios protagonistas

problemática social a partir de las inquietudes de los propios actores sociales, pero la construcción como problema de investigación social puede ser a partir de entender a la "violencia" o la "indisciplina" como un modo, problemático por cierto, pero un modo al fin, de expresar un sentido de la experiencia escolar[13], o puede asumir un modelo en que la violencia es un "efecto" externo de los medios masivos sobre las regulaciones debilitadas de la institución escolar, más frecuentes en algunos de los trabajos centrados en lo que Henry Giroux (1990) denomina críticamente "pedagogía de gestión" de la educación. En particular, aquellos que "atan" el significante educación a las representaciones hegemónicas centradas en la positividad axiológica, a la institución educativa en general y a la escuela en particular. Tanto los "resultados" de nuestra investigación como sus implicancias sociales en términos de intervención son distintas en función de nuestras proximidades teóricas y epistemológicas.

El desafío de las "arenas transepistémicas" de comunicación/educación

Los aspectos problemáticos que atraviesan al campo/territorio de comunicación/educación pueden diferenciarse en tres niveles[14]:

- Epistemológico, en tanto su propia definición/indefinición como "campo" y las consecuencias que tienen lugar en la producción de conocimientos a partir de la tensión/desconexión del campo académico con las trayectorias prácticas de investigación, en especial en la Argentina.

- Teórico, en tanto preeminencia de las teorías comunicacionales más simplificadoras y funcionales a una excesiva "escolarización" e "instrumentalización" del campo en nuestro país.

- Temático, a partir de un recorrido que puntualice en algunas de las líneas de investigación trabajadas en América Latina y Argentina, es posible reconocer el problema de las vacancias y aspectos pendientes en las líneas temáticas.

Es a partir de esta diferenciación que comenzamos por preguntarnos: ¿Cuáles son las problemáticas del territorio en el nivel epistemológico?, ¿cuáles son los aportes teóricos que desde la epistemología de la ciencia podemos considerar para pensar la producción de conocimientos en el territorio de Comunicación/Educación?

En principio, y siguiendo a Bourdieu (1983), consideramos la definición de campo de comunicación y educación como espacio no-homogéneo, en el que es posible demarcar áreas visibles -aquellas de trabajos con medios masivos y nuevas tecnologías- y otras más intangibles -la comunicación como transversalidad que recorre las distintas prácticas sociales-. No obstante, podemos ver que se trata de un "territorio" (Barbero y Quiroz, 1993, y Huergo, 1999) aún desordenado, al que si bien es posible recorrer por algunas trayectorias demarcadas –tradiciones y representaciones hegemónicas– al mismo tiempo se hace necesario "atravesar" por recorridos menos establecidos (Huergo y Fernández, 2000).

Tal como hemos venido sosteniendo, pensamos a la comunicación/cultura como construcción de sentido, y desde allí iniciamos el recorrido por un campo relacional como el de Comunicación y Educación. Asimismo, el modo en que consideramos dicha relación es en tanto que articulación transdisciplinar, a partir de mirar las problemáticas del campo (Da Porta, 2004) más que de buscar uniones disciplinares.

Señalábamos al comienzo la necesidad de aproximarnos a nociones que desde la epistemología de la ciencia nos permitan conocer y comprender más y mejor el territorio en el que trabajamos. En la línea más tradicional de la epistemología de la ciencia, recordemos que fue Robert Merton (1942) quien planteó la idea de regulación autónoma de la comunidad científica en su búsqueda de la verdad,

13 Ver los trabajos de Silvia Dubschatkzy y Cristina Corea, así como los de Sandra Carli, entre otros.
14 En este artículo, retomamos los aspectos más vinculados al nivel epistemológico de la problemática.

mediante normas que regulan su funcionamiento –comunalismo, universalismo y escepticismo organizado– otorgando al conocimiento un carácter acumulativo.

Al plantear la relación de lo externo en la producción de conocimiento interno, es Thomas Kuhn quien marca en el contexto histórico una ruptura en esta línea de reflexiones. No obstante, vemos que en verdad en los períodos de ciencia normal el funcionamiento de la ciencia para Kuhn no difiere en mucho del modelo analítico/explicativo de Merton[15]. En este terreno, será Bourdieu quien con su concepto de "campo", entendido en tanto "lugar de objetivación de las relaciones y de las distancias entre clases y grupos, a partir del acuerdo de ínter subjetividades, pero desde agentes que han introyectado lo social en su "habitus" partiendo de sus prácticas sociales", se posicione desde las teorías sociales del conflicto en los estudios sociales de la ciencia. Sin embargo, esta concepción no deja de presentar algunas limitaciones para pensar la producción de conocimientos en el espacio que nos ocupa, ya que un cierto economicismo determinista en el planteo deja afuera la posibilidad de analizar otro tipo de relaciones históricamente presentes en las trayectorias de Comunicación/Educación que no necesariamente están regidas por la lógica de la acumulación.

Por esto –y tal como he señalado en otros trabajos– se asumen como parte de nuestra visión teórica las observaciones que respecto al concepto de campo, y particularmente de capital simbólico en su relación a la producción de conocimiento científico, ha realizado la epistemóloga Knorr-Cetina (1996). Respecto de los estudios sociales de la ciencia, esta autora se sitúa en la perspectiva del conflicto que en este terreno inaugura Bourdieu, pero cuestionando la racionalidad mercantil que está presente en su planteo como única lógica. Puntualmente, lo que se cuestiona es la analogía entre la concepción de "capital" y la metáfora de "capital simbólico" en el campo científico, ya que en las relaciones entre los científicos no necesariamente[16] opera la apropiación de trabajo ajeno, sin lo cual cae la idea de "capital" sobre la que Bourdieu propone la comparación siguiendo la teoría marxista.

La autora propone, entonces, la existencia de un espacio de "arenas transepistémicas" de acción para dar cuenta tanto de las relaciones de recursos entre científicos –no necesariamente de conflicto sino también de cooperación– como de las relaciones de los científicos con otros actores sociales (Kreimer, 1994). Y esto es lo que nos interesa particularmente para considerar y analizar las relaciones entre investigación/intervención, uno de los puntos problemáticos en comunicación/educación. Así, como sostiene Pablo Kreimer, "las variables de tipo cognitivo interactúan con las variables de tipo social, puesto que las arenas transepistémicas son, en este sentido, más amplias que el concepto de campo (puesto que involucran a otros actores) y más estrechas (puesto que consideran también el proceso de producción de conocimiento en sus prácticas cotidianas)".

Asimismo, las características iniciales del "territorio" que abordamos implican una cierta distancia en cuanto a la posibilidad de sostener en toda su dimensión la definición teórica para pensar la comunicación y educación como un "campo". En este sentido, y siguiendo entre otros a Barbero, Quiroz y Huergo, preferimos hablar de un "territorio" de Comunicación/Educación.

La noción de territorio permite pensar en los términos más flexibles de una topografía en la medida en que ésta –a diferencia de un mapa del campo con demarcaciones más definitivas– permite señalar referencias -zonas, intersticios, accidentes, honduras, elevaciones– a un territorio más reducido y relativo. Esta perspectiva teórica tiene asimismo consecuencias generales en lo metodológico y en particular en cuanto a la selección del campo material sobre el que se trabaja.

15 Ver al respecto de esta cuestión el artículo de Pablo Kreimer (1994).
16 Lo que no quiere decir que no ocurra, sino que no es lógicamente "necesario" que así sea.

Por otra parte, creemos que considerar el territorio desde la noción epistemológica planteada nos acerca a las líneas que piensan al poder en términos de hegemonía, lo que permite recuperar la discusión del problema del poder en el terreno de la cultura –de modo no reproductivista– vinculada a la producción del conocimiento. Esta asunción teórica nos distancia tanto de las perspectivas del "orden" como de las de la "dominación", y nos sitúa entre aquellos autores que sostienen las relaciones de poder como procesos de construcción de hegemonía, en los que existe una tendencia hegemónica que nunca es total o no contestada (Williams, 1977).

Estrategias posibles desde la comunicación/cultura

Las estrategias de investigación desde la comunicación/cultura en educación reclaman una complejidad cada vez mayor en función de los objetos de estudio emergentes. De allí que abordar un estudio en un espacio de pertenencia requiere tener muy presentes las previsiones que, en términos generales, asumen las investigaciones sociales.

En principio, nos situamos desde una perspectiva cualitativa, en las trayectorias que se ubican en el llamado "giro cualitativo" en las ciencias sociales, ocurrido al interior del "giro lingüístico" (Wingestein) que permitió avanzar en la construcción de sistematicidad para trabajar con lo cualitativo (Jensen y Jankowsi, 1993). El otro punto importante a señalar es que investigar en espacios de articulación requiere, tal como hemos señalado, de una fuerte "vigilancia epistemológica" (Bourdieu, 1983), así como de un alto nivel de "reflexividad" para situarse en los intersticios de los límites tradicionales de las disciplinas.

Esto tiene un correlato en términos de métodos y técnicas, e implica considerar –tal como propone Rosana Guber (2001)– que todo proceso de investigación social es un acercamiento al universo de sentidos a partir del cual el otro significa su experiencia. Por lo tanto, resulta necesario someter a vigilancia epistemológica los tres tipos de reflexividad que deben considerarse: 1) la del investigador en tanto miembro de su propia cultura, 2) la del investigador en cuanto tal, con sus perspectiva teóricas y epistemológicas, a las que también hay que desnaturalizar, con sus habitus disciplinarios y su epistemocentrismo y 3) las de la población en estudio, en definitiva nuestro objeto de conocimiento.

Es por esto que explicitar la perspectiva teórico-ideológica, comunicacional en este caso, no sólo tiene un sentido epistemológico en la construcción del campo sino también implicancias ético-políticas. Por un lado, al situar explícitamente la relación del investigador con sus condiciones materiales; por otro, en el ejercicio de nuestra reflexividad, tal como plantea Guber, con nuestro propio sistema de prejuicios teóricos; por último, y tal como he afirmado en otras oportunidades, en el reconocimiento y la asunción de la desdibujada línea que separa los aspectos internos/externos de la "ciencia".

Es así que en las diferentes investigaciones hemos procurado trabajar desde una estrategia metodológica de "abordaje múltiple" que permita considerar los diferentes niveles y tipos de información necesarios dada la complejidad del territorio. Y, en ese sentido, aproximarnos a la estrategia metodológica para el abordaje cultural que postula la consideración independiente pero articulada de cuatro niveles: estructural, trayectorial, situacional y simbólico[17], como una apuesta para transitar en la inestabilidad del territorio.

Bibliografía

- BOURDIEU, P. "El campo científico", en *Redes. Revista de Estudios Sociales de la Ciencia* Nº 2, Vol. 1, 1996.

- _____ *Campo de poder y campo intelectual*, Folios Ediciones, Buenos Aires, 1983.

17 El diseño de la estrategia toma elementos de la propuesta planteada por el investigador mexicano Jorge González (1997) para el estudio de los frentes culturales, en cuanto a la necesidad de considerar para el análisis cultural una "polifonía metodológica", lo que implica el relevamiento de información en distintos niveles de análisis. Los "frentes culturales", en la doble acepción en que González los propone, como "zonas fronterizas" y como "frentes de batalla", nos permiten entender la relación comunicación y educación desde dos dimensiones: la de los "espacios comunes" (zonas fronterizas), en donde se han consolidado elementos compartidos –especialmente culturales– entre agentes sociales distintos, lo que construye la visión hegemónica y los sentidos compartidos; y la de la "diferencia" (frentes de batalla) en las luchas simbólicas y las negociaciones de los distintos agentes sociales.

- _____, CHAMBOREDON, C. y PASSERON, J.C. *El oficio del sociólogo*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1993 (1976).
- CARLI, S. "Estudios culturales y educación. Una genealogía de los aportes recientes", en *Zigurat* Nº 2, Año 2, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, noviembre de 2001.
- DELGADO, J.M. y GUTIÉRREZ, J. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Parte II, Síntesis, Madrid, 1995.
- DA PORTA, E. "Senderos y recorridos. Apuntes para un mapa de investigación", en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura* Nº 29, Ediciones de Periodismo y Comunicación, FPyCS, UNLP, La Plata, 2004.
- ENTEL, A. *Teorías de la Comunicación*; Docencia, Universidad a Distancia Hernandarias, Buenos Aires, 1994.
- FOLLARI, R. *Epistemología y Sociedad*, Homo Sapiens, Rosario, 2000.
- FORD, A. *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- GONZÁLEZ, J. "La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Nº 5, Vol. II, Universidad de Colima, México, 1997.
- GUBER, R. *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Norma, Colombia, 2001.
- HALL, S. "Significado, representación, ideología: Althusser y los debates posestructuralistas" en CURRAN, J., MORLEY, D. y WALKERDINE, V. (comps.). *Estudios culturales y comunicación,* Paidós, Barcelona, 1998.
- HALL, S. "Estudios culturales: dos paradigmas", en *Causas y Azares* Nº 1, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 1994.
- HUERGO, J. *Hacia una genealogía de Comunicación/Educación. Rastreo de algunos anclajes político-culturales*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2005.
- _____ "Algunos descentramientos en la investigación en comunicación/educación", en *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura* Nº 29, Ediciones de Periodismo y Comunicación, FPyCS, UNLP, La Plata, 2004.
- _____ y FERNÁNDEZ, M.B. *Cultura escolar, Cultura mediática / Intersecciones*, Universidad Pedagógica Nacional, Santa Fé de Bogotá, 2000.
- JENSEN, K.B. y JANKOWSKI, N.W. (eds.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas,* Bosch, Barcelona, 1993.
- KNORR-CETINA, K.D. "¿Comunidades científicas o arenas transepistémicas de investigación? Una crítica de los modelos cuasi-económicos de la ciencia", en *Redes. Revista de estudios sociales de la ciencia* Nº 7, Vol. 3, Instituto de Estudios sobre la Ciencia y la Tecnología, Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes, septiembre de 1996.
- KREIMER, P. "Estudios sociales de la ciencia: algunos aspectos de la conformación de un *campo*" en *Redes. Revista de estudios sociales de la ciencia* Nº 2, Vol. 1, Instituto de Estudios sobre la Ciencia y la Tecnología, Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes, 1994.
- KUHN, T.S. (1969) *Posdata* en *La Estructura de las Revoluciones Científicas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1986 (1969).
- _____ La e*structura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987 (1962).
- MATTELART, A. y M. *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997.
- OROZCO GÓMEZ, G. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, FPyCS/ Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario, La Plata, 2000.
- MERTON, R. *Teoría y estructura social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1992 (1942).
- RIVERA, J. *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Punto Sur, Buenos Aires, 1987.
- SAINTOUT, F (ed.) *Abrir la Comunicación. Tradi-*

ción y movimiento en el campo académico, Ediciones de Periodismo y Comunicación, FPyCS, UNLP, La Plata, 2003.
- _____ *Los estudios de recepción en América Latina,* Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 1998.
- SCHMUCLER, H. *Memoria de la comunicación*, Biblos, Buenos Aires, 1997.
- VASSALLO DE LÓPEZ, M.I. *Investigación en Comunicación. Formulación de un modelo metodológico*, Esfinge, Naucalpán, 2003.
- WILLIAMS, R. *Marxismo y Literatura*, Península, Barcelona, 1997 (1977).
- WOLF, M. *La investigación en comunicación de masas. Crítica y perspectiva*, Paidós, Buenos Aires, 1987.

Actores, cultura e identidad en el suplemento "50 aniversario de Pregón"

*El irrenunciable desafío de trabajar por Jujuy y su gente**

Por Ramón Burgos y Alejandra García Vargas

Ramón Burgos: Licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Doctorando en Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Docente del seminario "Comunicación Alternativa" e investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación (FHyCS, UNJu). Becario de formación de posgrado del CONICET.

Alejandra García Vargas: Licenciada en Comunicación Social por la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. Doctoranda en Ciencias Sociales en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán. Profesora Adjunta a cargo de "Sociología de la Comunicación" en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy y Profesora Asociada de "Introducción a los Estudios de la Comunicación" en el Departamento Académico San Salvador de la Universidad Católica de Santiago del Estero.

El acto hegemónico no será la realización de una racionalidad estructural que lo precede sino un acto de construcción radical
Ernesto Laclau (1993)

El objetivo de este trabajo es analizar el suplemento 50° aniversario del diario *Pregón* de Jujuy. Lo que define nuestro interés, en un corpus que podría considerarse acotado[1], se relaciona con un trabajo previo de análisis de prensa gráfica que nos ha permitido observar la reticencia de este diario –el más antiguo de los periódicos locales actuales y eslabón obligado en los procesos locales de "circulación circular de la información" (Bourdieu, 1997)– a exponer abiertamente una opinión editorial. El suplemento aniversario, autocelebratorio del mismo medio, muestra la posición del diario en la discusión en torno a lo jujeño, y particularmente en torno a la cultura jujeña. Consideramos que, de ese modo, los textos del suplemento se convierten en una pieza privilegiada para comprender el papel de *Pregón* en la producción, circulación y reconocimiento de significaciones en torno a la cultura e identidad locales. El abordaje de este caso nos permite analizar de qué manera una conmemoración "periodística" expone tensiones en el proceso de construcción identitario de lo jujeño ya que, como sostiene Bronislaw Baczko (1991), los medios construyen y distribuyen los imaginarios sociales, las representaciones globales de la vida social. O sea que la información estimula la imaginación social, y los imaginarios estimulan la información, en un proceso de circulación continua, en la que los fenómenos se contaminan permanentemente unos con otros, en "una amalgama extremadamente activa a través de la cual se ejerce el poder simbólico".

Se propone, entonces, un trabajo de interpretación en distintos movimientos. Todos, buscan dar cuenta de las efectivas formas de la significación en torno al papel del diario *Pregón* en la trama social

* Una versión previa de este trabajo fue presentada en las *XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, realizadas en Mendoza en octubre de 2007.
1 La primera limitación a señalar proviene de tomar un suplemento y no el cuerpo central del diario en una serie o un período construido ad hoc, a la que se suma el hecho de la excepcionalidad del suplemento que celebra el 50° aniversario. Sin embargo, y como se expone en este trabajo, es jus-

jujeña, con especial mención a sus articulaciones privilegiadas con la identidad y la cultura. En primer término, nos ocuparemos de qué es lo local y lo jujeño en las páginas de este suplemento, trabajando además sobre las maneras en que estas operaciones para pensar estos términos se capitalizan y refuerzan en la presentación del propio medio, produciéndose una identificación entre lo local, lo jujeño y el diario. Después, se analizarán dos núcleos fundantes en el trabajo de representación mencionado: la "patria chica" y la "familia". Finalmente, veremos cuál es el alcance que postula *Pregón* para su propia actividad, y cuáles son las ideas de cultura e identidad para las que se propone a si mismo como referente.

"Un diario netamente jujeño"

El suplemento aniversario se ocupa de recorrer, celebrándolos, los 50 años de diario *Pregón*. Este periódico nació el 24 de enero de 1956, aunque la historia de Annuar Jorge como director comenzó a escribirse tres años después, el 10 de junio de 1959.

La impronta del nuevo director se impuso rápidamente, mediante su propuesta de "promover y proteger la identidad del pueblo jujeño", ante la imposibilidad de las fuerzas vivas de Jujuy de "expresar sus pensamientos" por "carecer de un medio propio" (Jorge, 2006).

Según relata Jorge en el suplemento:

"(...) eran muchos los diarios foráneos *que entraban a la provincia. La circulación de medios* ajenos a la provincia*, inculcaban una mentalidad que pocas veces o* nunca trasuntaban el pensamiento de los jujeños y mucho menos defendían los intereses generales de esta provincia. *Estábamos* intelectual y materialmente dominados por intereses ajenos*". Para revertir esta situación -concluye- "es que asumimos con vocación y seriedad, con amor de jujeños, este desafío"* (resaltados nuestros).

De esta manera, el suplemento reproduce lo que el periódico afirmara el 12 de junio de 1959:

"(...) somos una esperanza y desde aquí iremos recogiendo ideales e ilusiones. Estaremos en el debate de la Argentina para servir también a la República que agita banderas de heroísmos y de combate. Queremos ser el alma luchadora de los humildes del norte, que han venido soportando muchos años de frustración y egoísmos. Queremos ser realidad y esperanza de esta provincia que amamantó héroes y que irradia su tradición hidalga a lo largo de la Patria. Por ello Pregón sale a la calle con una línea independiente, sin ataduras de ninguna naturaleza, sin compromisos políticos o partidistas[2] o personales. Estaremos al servicio de todas las causas nobles" (Citado en *Pregón*, 2006e).

Varios puntos de interés surgen de estas primeras citas. El nacimiento del diario se relata a partir de lo "auténticamente local, de fuerte espíritu localista" (Jorge, 2006), que marca sus páginas hasta el día de hoy.

Lo local, que se puede observar "como una representación y una práctica de pertenencia a un lugar a partir de las cuales se definen los límites de un territorio que, desde el punto de vista de los sujetos, posee una identidad que lo distingue de otros territorios" (Safa, 1998), no es unívoco. El periódico produce *su* versión reforzando la idea de lugar de nacimiento y genealogía como sus características definitorias de lo local, distanciándose –como iremos viendo– de *lo salteño* y en tensión con *lo nacional*. Son reiteradas las referencias a que es un diario que "se escribe, se arma, se imprime y se distribuye en Jujuy con manos jujeñas" (Elvira Romero de Guzmán. *Pregón*, 2006l)[3].

Se produce, además, una conjunción entre "lo local" y "lo jujeño". Es notorio, en el trabajo de representación de *lo jujeño* en el suplemento, el sostenimiento de una *tradición selectiva* (Williams, 1977) que lo remite a un relato épico de los mo-

tamente esa excepcionalidad la que nos permite dar cuenta de la autoadscripción del diario a determinada tradición histórica y cultural. Sobre los recaudos relativos a las potencialidades y limitaciones del análisis de suplementos periodísticos puede verse Dávila, García Vargas y otros (1997).

2 Es necesario recordar que, treinta años después, el director del diario fundaría el MUR, un partido de alcance provincial que lo llevó a ocupar una banca senatorial por la provincia, y que en varias ocasiones se postuló como candidato a gobernador.

3 Actualmente hay dos diarios de tirada provincial. *El Tribuno de Jujuy* se imprime en Salta y un porcentaje pertenece a la familia del gobernador salteño Juan Carlos Romero.

mentos constitutivos de la identidad local, tanto en su vinculación con la colonia como con el nacimiento de la Nación, vía el papel sacrificado y valiente desempeñado por Jujuy desde su fundación y en las guerras de la independencia.

De esta manera, se representa a Jujuy, como "un pueblo que fue *escudo norte* en la guerra por la emancipación" (Tte. Guillermo Tabernero. *Pregón*, 2006l, resaltado nuestro). Parafraseando a Grimson, esta conceptualización *heroica* "se articula con la pretensión de configurar o ratificar una hegemonía y que en ella el pasado seleccionado viene a ratificar un orden contemporáneo" (2004: 180). En ese sentido, es necesario resaltar que el "Éxodo Jujeño"[4], remite -fundamental pero no únicamente a partir de operaciones de significación propuestas por la elite local- al momento definido como *fundante* de la "jujeñidad" y constituye una muestra de adhesión que hace referencia a la "unidad de todo el pueblo por encima de las diferencias" (Karasik 1994).

La *unidad* como componente también central para la representación de lo jujeño y lo local se capitaliza para el relato que el diario hace sobre su propio papel en la sociedad jujeña, proponiéndose como "el indiscutido" y "auténtico diario de los jujeños" (*Pregón*, 2006g; *Pregón*, 2006d). Este relato es coproducido por los actores seleccionados por el diario, quienes afirman que *Pregón* "es el pan de todos los días" (Ana María Berbel. *Pregón*, 2006l), es -en definitiva- "el diario de Jujuy y su pueblo" (Silvia Rey Campero. *Pregón*, 2006l).

Las posibilidades de asumir una representatividad "indiscutida" y "auténtica", que además y principalmente es *única*, no sólo usa instrumentalmente el pasado (mediante el sostenimiento de determinada tradición selectiva), si no que también imagina un futuro en el que el periódico se postula como actor central en su compromiso con "el crecimiento de la provincia" (*Pregón*, 2006k). Este crecimiento, cuya dirección y trayectoria se presume único y lineal, se relaciona con el fortalecimiento de un rol productivo determinado para Jujuy (dentro de la economía regional y nacional) y con el papel de apoyo que cumple el medio en ese camino. Así, se asevera que *Pregón* "siempre ha apoyado incondicionalmente la producción de tabaco y la producción agrícola en general" (Giulivo Macina. *Pregón*, 2006l), y que es clara su "influencia positiva en el desarrollo de las actividades económicas de Jujuy" (Kamal Musri. *Pregón*, 2006l).

En 1994, Belli y Slavutsky relevaron tipos de acercamiento local a la identidad jujeña, y todos pueden encontrarse en los enunciados de (y sobre) *Pregón*. Estos autores sostienen que:

"Una respuesta convencional puede tomar límites de orden jurídico -se es jujeño porque se nació aquí-. Otro modo enunciativo de marcar identidad jujeña, por parte de los agentes es indicar rasgos, signos distintivos: el jujeño ama a su tierra, celebra con unción 'el éxodo jujeño', ofrenda a la Pacha Mama, festeja el carnaval, es muy católico y venera a sus santos, etc.; o bien señala diferencias nítidas (que suelen tomar la forma de oposiciones) con la vecina provincia de Salta y con los sureños, especialmente marcado para el caso de los cordobeses y porteños".

Por último, la mencionada referencia a la construcción de jujeñidad por oposición a Salta y al "sur" también se trabaja para caracterizar a *Pregón*. Es así que en la cita inicial, Annuar Jorge (2006) destaca la presencia de medios "ajenos" y "foráneos", y resalta -en este sentido- la necesidad de contar con un medio "jujeño", que defienda "los intereses generales de la provincia".

En primer término, la adjetivación nos remite al estilo discursivo utilizado por la última dictadura militar para constituir su idea de *ser nacional* (en este caso podríamos pensar en el *Ser Jujeño*)[5] a partir de una mirada esencialista que alude a ciertos rasgos culturales vinculados a los valores *patrióticos, occidentales y cristianos*, ignorando o evitando atender

4 El Éxodo Jujeño aconteció el 23 de agosto de 1812. Un Bando del General Belgrano ordenó la retirada de todos los pobladores y la destrucción de todo aquello que no se pudiera transportar, con el objetivo de "dejar tierra arrasada" a los realistas: "Llegó, pues, la época en que manifestéis vuestro heroísmo y de que vengáis a reuniros al Ejército de mi mando, si como aseguráis queréis ser libres" (29/7/1812).

5 No deja de llamar la atención que en el suplemento del diario que aspira a "una provincia (…) en paz y democracia, (...) que permita una mejor calidad de vida para (…) todas sus instituciones" (Pregón, 2006b) aparezca la fotografía del dictador Jorge Rafael Videla, mientras se sostiene que "todos los lectores de Pregón se ven reflejados en sus páginas y todos los sectores están presentes" (Pregón, 2006l).

al carácter "inestable y por siempre precario de la identidad" (Bauman, 2004).

En la cita de Jorge, la necesidad de contrarrestar estos discursos que "inculcaban mentalidades ajenas", aparece como importante, sobre todo teniendo en cuenta que: "mucho de lo que se conoce proviene de los mensajes emergentes de las páginas de *Pregón*, las que construyen una mirada del mundo. (…) *Pregón* aporta positivamente en la percepción de la realidad y precisamente por ello la comunidad lo incorpora a su vida" (*Pregón*, 2006a).

En su trabajo de representación sobre lo local, *Pregón* aporta material de construcción para el consenso público y fija condiciones de establecimiento y mantenimiento de una hegemonía ideológica (Van Dijk, 1997). Se comprueba además que, como sostienen Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (1999), "el papel de los medios, más allá de contribuir a la difusión de ciertas narrativas de la globalización, también produce estrategias de localización".

Pero quizá lo más interesante es observar cómo el tipo de operaciones para pensar lo local y lo jujeño se capitaliza y refuerza en la presentación del propio medio, produciéndose una identificación entre lo local, lo jujeño y el diario. Sobre todo, porque la clave en la que se produce esta construcción es la dictada por las elites locales. Siendo el suplemento un apartado excepcional del periódico, sin zonas blandas que vuelvan ambiguas o tensen las representaciones, su adscripción a las formaciones discursivas de las elites locales resulta evidente. Profundizaremos el análisis de esta identificación en el siguiente apartado.

"La patria chica" y "la familia"

El proceso de identificación que mencionamos tiene varias aristas además de las que hacen referencia a la particular condición de "jujeño" de *Pregón*, tanto en su proceso de gestación y producción como en su vinculación con los intereses productivos de la provincia. En ese sentido, el medio se considera partícipe principal de una "ingeniería de las almas" basada en una pretensión normativa de definición y defensa de valores morales y sociales que se sostienen principalmente mediante el fortalecimiento de la familia y de la provincia. Es así que el propio diario asume "la compleja misión de defender y resguardar valores morales y sociales" (*Pregón*, 2006g). Y afirma que "es necesaria" la valoración de sus contenidos "por parte de la comunidad, puesto que estos son mensajes orientados a fortalecer la familia y la provincia" (*Pregón*, 2006j).

Nos detendremos, entonces, en los términos particulares en que son caracterizadas la familia y la provincia.

Pregón relata su propia historia diciendo que "la aparición de un estilo periodístico íntimamente emparentado con las necesidades y las expectativas de toda una provincia, no tardó en despertar el interés de la comunidad, cuyos actores no dudaron en sumar sus aportes para enriquecer una corriente de pensamiento orientada a lograr el beneficio general para el conjunto de los jujeños" (2006g).

La versión de su historia por el propio medio es refrendada por la opinión de los ciudadanos jujeños que el periódico ha seleccionado para opinar, quienes destacan en forma continua el papel del diario que "siempre se hizo eco de la problemática social de Jujuy" (Rita Alvarado de Martiarena. *Pregón*, 2006l) y "actuó atendiendo a las necesidades de la patria chica" (Walter Barrionuevo, Op. cit.), comprometido "con la vida de los jujeños" (Ester Promadache, Op. cit.).

En definitiva, se destaca su "contribución" a la "educación de la población" (Julio Avelino Costas. *Pregón*, 2006l), "su presencia en el campo de la formación social y cívica" (*Pregón*, 2006a) y se coincide con que "es parte de la vida espiritual de cada uno de los que habitamos en Jujuy" (Carlos Jure. *Pregón*, 2006l).

En todos los casos, el compromiso de *Pregón* se establece con la pretensión moralizante mencionada, y en un radio de acción que incluye a "toda" la provincia, unificando posibles conflictos o diferencias en su espacio (tanto físico como social), y reuniéndolos bajo la idea de "patria chica".

Pero además de esta alta misión educativa, la ligazón con Jujuy se atribuye al "amor" que los directivos del diario expresan permanentemente hacia "Jujuy y su gente" (Jorge, 2006); es el amor el que legitima a los directivos del diario a emitir "palabra autorizada" (Cura, 2006). Este afecto no sólo es expresado en las páginas del diario sino en los diferentes emprendimientos llevados adelante: "¡Los propietarios de *Pregón* han luchado tanto y han hecho cosas tan lindas por la provincia!" (Amparo de Alonso. *Pregón*, 2006f)[6]. Complementando el relato épico, este comportamiento llega a definirse como una actitud "honesta y patriótica" (Antonio Alvarado. *Pregón*, 2006l).

Detengámonos un momento en cómo se define y caracteriza, en este suplemento, a la familia (otro de los puntales en la obra del periódico). En primer término, se habla de una "familia" en particular, y es la del fundador y director del diario. A partir de esta familia particular, se predican rasgos generales para construir una imagen, que postula a "la familia" como una de las bases del periódico y de la sociedad jujeña. Adentrémonos, entonces, en la caracterización que se hace de la familia Jorge, en la que se destacan dos rasgos.

Por un lado, hay una mención a lo familiar que opera en el mismo entramado genealógico que habilita legitimidades diferenciales, ya mencionado en relación con la tradición histórica selectiva vinculada a la colonia y las guerras de la independencia para dotar a Jujuy de un papel heroico en la construcción de la nación[7]. Es así que la maestra de primer grado de Annuar Jorge afirma que "no era un niño más de las *innumerables familias de la colectividad árabe* de Perico" (María Lidia Ontiveros de Rodríguez. *Pregón*, 2006l, resaltado nuestro). Por su parte, la cónsul de Chile en Jujuy, Paulina Diuana de Zamar, expresa que "el matrimonio Jorge ha trabajado siempre por esta provincia y por el país; son jujeños, *hijos de extranjeros* y aman tanto a esta provincia que *son,* creo yo*, más argentinos y más jujeños que muchos que se jactan de serlo*" (*Pregón*, 2006l, resaltado nuestro).

Bajo un intento halagador, vemos cómo se expresan juicios de valor que construyen diferencias (y desigualdades). ¿Por qué una maestra considera necesario resaltar la excepcionalidad del hijo de un extranjero miembro del grupo inmigrante ultramarino más numeroso de los valles jujeños a la hora de valorar su aporte?

Esta situación se complementa con lo afirmado por la cónsul chilena: ¿quiénes serían *los argentinos que se jactan de serlo*? ¿Los que *no son hijos de extranjeros*? Vemos cómo en estos relatos subyace una tensión con la idea sobre lo nacional, en tanto su "construcción resulta conflictiva, implica intereses contradictorios, disputas y dominios" (Ortiz, 1998). En este caso, no es sólo el nacimiento lo que habilita la nacionalidad si no también una genealogía específica, que no incluye en su línea -o lo hace imperfectamente- a los hijos de extranjeros.

Sin dejar de lado la mención a la inmigración, la intervención de Pedro de Michel advierte sobre otros rasgos importantes para definir la familia cuando sostiene que "es una familia ejemplar, del tipo árabe, unida, en la cual se respeta al patriarca y los demás, aunque no opinen lo mismo, cuando se decide algo, apoyan esa decisión hasta el final, en todo su éxito" (*Pregón*, 2006l). De modo que, pese a que la autoridad patriarcal se encuentra en decadencia en la sociedad occidental (Jelin, 1998), la concentración del poder en la figura del padre aparece como un rasgo valorado positivamente.

En cuanto al alcance de la misión del periódico, en el compromiso asumido por el diario con Jujuy, los ideales periodísticos -si bien importantes- empa-

6 La familia Jorge ha realizado numerosos emprendimientos empresariales, entre los que se destacan la construcción del "monumental edificio" (*Pregón*, 2006c) donde funciona el periódico, el Hotel Internacional –que fue "el puntapié inicial para que San Salvador dejara de ser chata" (Jorge, 2006)–, el Barrio Privado Pregón y la construcción "titánica" del shopping que "va a cambiar la proyección del centro de la capital" (Raúl Siufi. *Pregón*, 2006l).

7 El reclamo de inclusión nacional "no es, naturalmente unívoco, y constituye un espacio político-ideológico donde se enfrentan fuertes contradicciones. Bajo ciertas condiciones podrán priorizarse los aspectos más reaccionarios del discurso de la nacionalidad (la adhesión a la cultura oficial, la hostilidad contra los bolivianos), pero bajo otras condiciones puede representar la demanda de participación y democratización real de la sociedad, al amparo (de) la común membresía al sistema político" (Karasik, 1994).

lidecen frente a los deberes vinculados a la defensa de la patria chica". Dice el diario que aún cuando "Pregón se erige en la fórmula adecuada para permitir la democratización de la información, con una clara e inequívoca actitud idealizadora" (*Pregón*, 2006g: 10), los intereses de la provincia quedan por encima de "mostrar la verdad de lo que ocurre en un lugar, (…) misión fundamental de todo medio de comunicación" (*Pregón*, 2006a). Esta convicción lleva al diario a afirmar que "cuando el compromiso ante una sociedad echa raíces en lo más profundo del corazón de una provincia, la presencia de un medio de comunicación trasciende ampliamente la sola obligación de divulgar la realidad"[8].

¿En qué se basa y cuáles serán los alcances de esta trascendencia, de este "ir más allá" de lo periodístico como actor importante de la comunidad jujeña?

Para responder lo primero, puede observarse que el fundamento de este compromiso se presenta como construido a partir de "una profunda confianza recíproca entre el Diario de Jujuy y su gente" (*Pregón*, 2006g), por lo que se propone que el festejo por el aniversario -que "es de todos y cada uno de los jujeños" (*Pregón*, 2006ll)- no haya pasado inadvertido "para ningún jujeño" (*Pregón*, 2006h).

Raúl Ulloa, presidente de Gimnasia y Esgrima de Jujuy, sintetiza este pensamiento afirmando que "Diario *Pregón* es todo, es Jujuy, es la historia, es la familia, la sociedad, la política, el deporte; en esos ejemplares vi la lucha de Horacio Guzmán, de Martiarena, de Snopek; cuando se inauguró la casa Barrau… Eso es *Pregón*, la vida de todo un pueblo" (Ulloa, 2006).

En cuanto la segunda dimensión (la trascendencia del papel periodístico de "Pregón" por sobre la importancia de su rol como actor social), estimamos que se relaciona con la capitalización, por parte de *Pregón*, de diferentes ejes de identificación muy potentes en Jujuy, y que se utilizan para construirse a sí mismo como "un referente" (*Pregón*, 2006i). "Nuestra provincia ofrece a quienes nos visitan una diversidad de lugares referenciales, que sintetizan lo que es la rica historia de los jujeños, el sentir cultural y la identidad de Jujuy".

De esta manera, "se busca construir una identificación que logre agrupar al conjunto de los jujeños" (Burgos, e/p). Al igual que hace con la figura del *Lobo jujeño* o de la Quebrada de Humahuaca, en el suplemento aniversario *Pregón* se propone a si mismo como una referencia cultural e identitaria para los jujeños, a partir de la selección de "un conjunto de símbolos, conductas, expectativas, compartidas por aquellos que viven en su territorio" (Ortiz, 1998). En el siguiente apartado, veremos cuál es el alcance de estas dimensiones (cultural e identitaria) en el marco del propio diario.

Pregón: un espacio para la cultura y la identidad jujeña

Como hemos visto, las referencias a la cultura y a "la" identidad de Jujuy son varias y su promoción aparece entre los objetivos de *Pregón*, que "permitió desde su primera edición el libre acceso a contextos y realidades sociales, permitiendo la construcción de la cultura popular y el sentido e identidad de una comunidad" (2006a):

"La cultura popular puede ser considerada el espacio desde el cual la gente da sentido y edifica una identidad. Pregón desempeña un rol fundamental en este proceso, a partir de su condición de agente multiplicador de la verdad y la información veraz, elementos calificados como centrales para la cultura popular por los más reconocidos estudiosos del comportamiento social".

Esta inscripción dentro de la cultura popular llama la atención –incluso a partir de la misma noción de cultura popular, que se vincula a la prescripción del comportamiento social–, teniendo en cuenta cuáles son las manifestaciones culturales que el diario coloca en el suplemento y que nos remiten a una

8 Casi como un Manual de Estilo, continúa *Pregón*, "surge de esta manera, lo que bien podríamos calificar como un arte. El arte de saber articular una línea argumental tendiente a mejorar la calidad de vida de la sociedad en la que el medio está inserto; de interpretar correcta y acabadamente las necesidades emergentes de una comunidad que pugna constantemente por tiempos mejores y finalmente de desafiar todos y cada uno de los escollos que con seguridad aparecen en la labor cotidiana de informar y liderar corrientes de acción social" (2006a).

definición *estrecha*, en el sentido de "cultura cultivada, alta cultura" que menciona Gilbert Rist (2000): "el sentido 'restringido' lo es doblemente: por un lado, porque sólo se refiere a prácticas específicas (relacionadas con el 'buen gusto') y, por otro, porque esta forma de aislar las actividades humanas no se puede generalizar al conjunto de las sociedades".

Por su parte, resulta de interés dar cuenta de la selección que hace *Pregón* de representantes de "la cultura": aparecen la directora del Mozarteum Jujuy y una profesora de danzas clásicas, un director y un administrador de teatro, una dramaturga, un músico y una directora de ballet. También aparece la directora de una biblioteca y una ex reina nacional de los estudiantes[9].

El resto de los 52 entrevistados puede clasificarse de la siguiente manera: seis se encuentran vinculados a la política, tres a la justicia, tres a la Iglesia, uno al ejército, seis al periodismo, cuatro a los afectos personales de los propietarios, diez al campo de la producción. Por último, aparecen diez entrevistados vinculados a distintas *fuerzas vivas* de Jujuy que comparten la pertenencia a otros campos (algunos son profesionales y artistas).

Si consideramos que la cultura constituye "un terreno de disputa, la '*cultura es también una forma de poder y control* [en tanto] *simboliza 'quién debe estar o pertenecer'* (Zukin) a determinados lugares, quién debe acceder a determinados recursos, quién debe ser reconocido y legitimado socialmente" (Bayardo y Lacarrieu, 1999). En esta selección de "importantes personalidades de Jujuy" (*Pregón*, 2006b) vemos, entonces, cómo prevalece una mirada "culta" o "alta" de la cultura que hegemoniza el relato cultural del periódico.

Esta perspectiva de lo cultural es compartida mayoritariamente por los actores involucrados, quienes coinciden en que *Pregón* "ha difundido" (Luís Manero. *Pregón*, 2006l) y "apoyado permanentemente a la cultura de Jujuy" (Gustavo "Bacha" Bohuid. *Pregón*, 2006l), llenando "un espacio muy importante en el desenvolvimiento de la cultura en Jujuy" (Oscar Marín. *Pregón*, 2006l). En este sentido se sostiene que "en *Pregón* se encuentra toda la actividad cultural de la comunidad" (Silvia Cornejo de Casas. *Pregón*, 2006f) y se advierte que "en el marco de nuestra cultura es necesario que todos los sectores tomen conocimiento de lo que es *netamente* artístico: literatura, pintura, escultura, música" (resaltado nuestro).

Se destaca la idea de poder pensar en la cultura como actividad total, en la posibilidad de totalizar la trama de la cultura. También es sugestivo cómo se articula con lo "neto" lo "absoluto" lo "definitivamente" artístico por contraposición a otras actividades -consideradas dentro de otros marcos de interpretación de la cultura- que no serían artísticas y al parecer quedarían fuera de la actividad cultural.

Por fuera del tono halagador de las opiniones, sólo se encuentren dos reclamos -uno atenuado- con respecto a la cuestión cultural: por un lado, Camila Soria de Rebollo señala que "sería muy importante que *Pregón* le dé *aún más* difusión al aspecto cultural" (*Pregón*, 2006f, resaltado nuestro), mientras que Fulvia Chagra sostiene que el diario "debería dedicarle, todos los días, más espacio a lo cultural porque hay muchas actividades que pasan desapercibidas" (*Pregón*, 2006l). Pero ninguno de estos reclamos hace mella al sentido "restringido" de cultura que mencionáramos.

Dentro de los reconocimientos vinculados a la cobertura cultural, y más allá de las "colaboraciones" prestadas por el diario a las distintas instituciones, se destaca el "aporte fundamental a la cultura y a la historia de Jujuy" del periodista Rodolfo Ceballos, quien es señalado como un "investigador totalmente dedicado al estudio de la historia; (…) dedicado por entero a ofrecerla generosamente a sus comprovincianos" (Oscar Marín. *Pregón*, 2006l). Ceballos es uno de los representantes locales más visibles de los reclamos históricos de inclu-

9 Para la trascendencia de las reinas estudiantiles como actrices sociales en Jujuy, ver Ficoseco (2007).

sión nacional que distintas manifestaciones expresan en Jujuy (Burgos, 2001). De esta manera, sus escritos en el diario –pero especialmente su libro *En Jujuy comienza la Patria*–, exponen estos *reclamos* vinculados a la tradición heroica favorita de las elites jujeñas mencionada en el primer apartado.

"En Argentina –sostiene Segato (1997)–, las identidades políticas que se derivan de una fractura inicial entre capital-puerto en provincia-interior son las que prevalecen hasta hoy como verdaderas líneas civilizatorias". En este sentido, es posible afirmar "que estos alineamientos férreos y sus transformaciones a través de las generaciones impregnan y dividen la sociedad encontrando significantes hasta en niveles de la interacción que podríamos llamar de francamente microscópicos".

Esta tensión se manifiesta permanentemente en Jujuy. Como afirma Karasik (2000), "los reclamos de inclusión en el estado y la nación, de los que los jujeños parecen sentirse simbólica y socialmente excluidos, constituye una parte fundamental de los procesos identitarios en toda esta provincia" (Karasik, 2000). Es por eso que la mención a Ceballos que comentáramos recién no es casual, si no que se inscribe en la tradición de estos reclamos.

En ese sentido, en el suplemento se puede observar, por ejemplo, el reconocimiento que se hace del diario que siempre está "peleando por Jujuy y para que seamos hermanados en este Argentina" (Fulvia Chagra. *Pregón*, 2006l), "porque somos parte de ella y porque nacimos y crecimos junto a ella" (Tte. Guillermo Tabernero. *Pregón*, 2006l). Ahora bien, más allá de su reconocimiento general, este reclamo *se especifica para el campo periodístico*, y la tensión nación/capital–interior se denuncia como rasgo de la producción periodística denominada "nacional" (los medios producidos en Buenos Aires y distribuidos en todo el país). Así, el Presidente del Superior Tribunal de Justicia, José Manuel del Campo, afirma:

"(...) en ocasiones la prensa nacional no se informa acabadamente sobre ciertos acontecimientos en provincias. De allí la importancia de contar con medios locales responsables, que se diferencian de la prensa nacional y hablan con la verdad. Este es el gran mérito de los medios jujeños y, en este marco, reconozco el valioso y permanente aporte de Pregón" (*Pregón*, 2006l)[10].

Otro rasgo importante en relación con la identidad y la cultura es el que se vincula al *valor de lo permanente* en contraposición con una cultura efímera. Se resalta que pese a que "vivimos la cultura de lo efímero, de las modas que pasan fugazmente (…), Pregón logró crear un estilo y una identidad que no desaparecen. El estilo y la identidad de Pregón son testigo fiel de la historia de Jujuy" (Tte. Guillermo Tabernero. *Pregón*, 2006l).

Como sostiene Yúdice (2002), "en la actualidad es casi imposible encontrar declaraciones que o echen mano del arte y la cultura como recurso, sea para mejorar las condiciones sociales, (…) sea para estimular el crecimiento económico mediante proyectos de desarrollo cultural urbano". Pero en este suplemento, las nociones de arte y de cultura no operan en ese registro[11], sino en el de la idea de totalizaciones restringidas, permanentes y en tensión con lo nacional, que funcionan como proveedoras de rasgos identitarios esencialistas (provenientes exclusivamente de la llamada "cultura letrada") que se extienden, sin mencionar contradicciones, al conjunto de "los jujeños".

Un diario jujeño tradicional para un orden social contemporáneo: selección y conectividad en el suplemento 50° aniversario de Pregón

¿Cuáles son las ideas que hemos *hilvanado* (como diría Renato Ortiz, 2004) a partir de cortes precisos y selección de hebras y retazos provenientes de este suplemento? En primer término, puede decirse que en estas páginas, *Pregón* propone para sí mismo un lugar relativo, autoadscribiéndose a una narrativa identitaria, entre muchas posi-

10 Hay que resaltar que se da una situación particular con el periodismo "porteño": por un lado, es criticado por su "mirada centralista"; por otro, hay una constante búsqueda de legitimación de su parte (Burgos, e/p).

11 Lo que resulta llamativo, teniendo en cuenta que la declaración de la Quebrada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO "expandió el papel de la cultura" fuertemente al ámbito político y económico, "considerándola como un *recurso*" para "el progreso sociopolítico y el crecimiento económico" (Yúdice, 2002). Este registro se utiliza, en cambio y fuertemente, en las páginas habituales del periódico.

bles. En ese proceso, realiza un intenso trabajo de construcción[12].

Los títulos de los apartados en que hemos ordenado nuestro trabajo de lectura recuperan ciertos ejes y, al hacerlo, trazan las líneas de una matriz que funciona, deliberadamente, desde las efectivas maneras de nombrarse a sí mismo y al mundo que elige *Pregón* para (auto)celebrarse hacia el lugar que se asigna en la trama social jujeña y las formas en que define, posicionándose en relación con ellas, a la identidad y a la cultura locales.

Retomemos, entonces, estos ejes. En el primer apartado, observamos cómo un "absoluto jujeño" se construye en base a oposiciones locales y nacionales, rechazándose "lo foráneo" frente a "lo local" que se interpreta, además, a partir de lo genealógico y como la única base posible para una negociación de inclusión en "lo nacional". En ambos casos, se privilegia a un solo grupo étnico y nacional.

Lo que puede postularse como central en el desarrollo del segundo apartado es el proceso de identificación y naturalización entre *Pregón* y Jujuy, a partir de las definiciones de "patria chica" y "familia patriarcal" como núcleos fundantes de "lo jujeño". En la primera opción, la "patria chica" implica –nuevamente– el ensalzamiento de lo local en un registro único y el reclamo de inclusión en la nación mientras se desplaza toda consideración en torno a otras posibles claves de disputa en este suelo (clasistas, étnicas, de género)[13]. La imagen de familia que se construye, por su parte, es deliberadamente patriarcal, con lo que se produce un reparto de poder diferencial a partir del género.

En la interpretación sobre qué son la cultura y la identidad en este suplemento (analizadas en el tercer apartado), vemos que ambas se entienden como totalizaciones restringidas y permanentes. En el caso de la cultura, el recorte se realiza en torno a la llamada "alta cultura" y la continuidad se traza en adhesión a lo considerado "culto" por la modernidad occidental que se postula "universal". En el de la identidad, se restringe la posibilidad del conflicto en su constitución y se trabaja en la justificación de los rasgos que pueden considerarse "imperfecciones" en un todo homogéneo y normativo. La identidad agrega a estos rasgos, una marcada tensión con lo nacional.

Es a partir de estos tres ejes que podemos sostener que en su suplemento aniversario "Pregón" construye su posición de "diario jujeño *tradicional*", adscribiendo a una tradición concreta, mediante la selección de determinados actores[14], tópicos y elementos, y su articulación precisa para ocupar un lugar relativo desde la cual presentarse a la batalla discursiva permanente (Vila, 1993) para definir lo jujeño.

Esta tarea es indudablemente ideológica, por lo que su análisis "tiene que ver con las maneras en que el significado es movilizado para los intereses de individuos y grupos poderosos" (Thompson, 1991). En ese sentido, la construcción y el mantenimiento de una tradición histórica selectiva por parte de este suplemento revela notables asimetrías de clase, género, etnia y nacionalidad. Si se concede que todas esas dimensiones resultan centrales en la estructuración de las instituciones sociales, podemos decir que nuestro trabajo de lectura de este suplemento permite interpretar cómo, en su autoadscripción a la tradición histórica selectiva de las elites jujeñas, *Pregón* coproduce un trabajo de representación de larga data, una tarea que confiere poder a grupos o actores de modos sistemáticamente asimétricos (García Vargas 2001, 2003, 2004; Burgos 2001, e/p).

Nuestra matriz de interpretación revela la trascendencia del aspecto territorial en esta construcción. Efectivamente, todas las líneas mencionadas tejen una trama fuertemente ligada al territorio provincial y se articulan en una única estrategia ideológica para comprender lo local. Nos referimos a lo que podríamos denominar, precisando la idea de Rita Segato (2004) al entorno territorial provin-

12 Como sostiene Pablo Vila (1993), "la identidad social está basada en una batalla discursiva siempre en curso, batalla que se libra alrededor del sentido que van a tener las relaciones y posiciones sociales en la sociedad". La expresión resulta consistente con la definición de *acto hegemónico* propuesta por Ernesto Laclau que hemos citado como epígrafe de este trabajo.

13 Por ejemplo, se propone la "producción local" como clave para el crecimiento de la provincia, en concierto con el de la nación, sin mencionar dentro de este tema las relaciones de producción y los conflictos asociados a ellas, que día a día cubren buena parte del cuerpo central del diario.

14 Pese a que constantemente se hace referencia a que "todos los sectores sociales" tienen su lugar en las páginas del periódico (Pregón, 2006l), el suplemento analizado presenta algunas ausencias para destacar. Por un lado, la exclusión absoluta de los movimientos sociales, de gran presencia territorial en la provincia; por otro, sólo aparece quien representa a uno de lo límites: la cónsul de Chile, dejando de lado a representantes de Salta y Bolivia. En cuanto a las colectividades "extranjeras", sólo aparecen representantes de las comunidades italiana y sirio-libanesa, dejando de lado representantes de otras comunidades.

cial, "totalitarismo provinciano"[15]: una situación en la que la elite local consolida su dominio sobre el espacio y legitima sus privilegios en una ideología primordialista de esta localidad, es decir, trabajando su identificación con un grupo étnico o con una herencia de civilización[16]. Segato describe como estrategia principal de este tipo de totalitarismo la de "prevenir a la colectividad de cualquier discurso que pueda ser tildado de no autóctono, no emanado y sellado por el compromiso de la lealtad interior". En ese sentido, se transforma a lo "extranjero" y a lo "foráneo" en categorías de acusación y se confisca la posibilidad de hablar "desde afuera". Del mismo modo, el valor principal pasa por un concepto de "nosotros" concordante a esta percepción "atrincherada", y que por lo tanto se vuelve defensivo. La autora asegura que en este tipo de *totalitarismo provinciano*, la primera víctima son los "otros interiores" de la localidad, quienes son coaccionados para que sacrifiquen, callen y posterguen su queja en el altar de la unidad sagrada y esencial de la colectividad. En definitiva, "la retórica es la de un patrimonio cultural que ha de ser defendido por encima de todo y la de una lealtad territorial que predomina y excluye otras lealtades".

Ahora bien, tal como señalara Raymond Williams, los puntos de conexión en que se utiliza una versión del pasado para ratificar el presente e indicar caminos para el futuro son aquellos en los que una tradición selectiva es tan poderosa como vulnerable. Esa vulnerabilidad no se limita a la construcción de tradiciones alternativas. Incluso dentro de una red de significaciones que reprime toda mención que remita a la desigualdad, podemos pensar en un potencial emancipador de esta tradición. Efectivamente, el reclamo de inclusión al estado nacional potencia la defensa de derechos civiles, políticos y sociales por parte de una población que, en virtud del territorio que habita, resulta vulnerable. Es así como, aun cuando la nación puede esgrimirse como razón principal para trazar ejes en torno a los cuales restringir derechos y garantías para parte de la población de un territorio determinado, la petición de *inclusión nacional en igualdad* implica un reclamo de equidad frente a una situación que se percibe como injusta, pues deja a los territorios no metropolitanos en un segundo plano –o directamente, afuera– de las preocupaciones centrales de un proyecto de país que se postula para todos. De manera que esos reclamos, los únicos que aluden al conflicto en las narrativas aquí interpretadas, contienen un potencial emancipador, latente pero posible de articular con otras posiciones y otros actores locales.

Bibliografía

- BACZKO, B. *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1991.
- BAUMAN, Z. *Identidad*, Losada, Madrid, 2005 (2004).
- BAYARDO, R. y LACARRIEU, M. (comps.). *La dinámica global/local. Cultura y comunicación: nuevos desafíos*, La Crujía, Buenos Aires, 1999.
- BELLI, E. y SLAVUTSKY, R. "Flores, reinas y carrozas. Reflexiones sobre la identidad en San Salvador de Jujuy", en KARASIK, G. (comp.). *Cultura e identidad en el Noroeste argentino*, CEAL, Buenos Aires, 1994.
- BOURDIEU, P. *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1997.
- BURGOS, R. "*Viva Jujuy.* Gimnasia y Esgrima y la construcción de lo jujeño en la prensa gráfica", en *Cuadernos del Sur* Nº 35, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, en prensa.
- _____ "Gimnasia y Esgrima de Jujuy como referente identitario. Visibilidad, fútbol y política", Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, mimeo, 2001.
- CEBALLOS, R. *En Jujuy comienza la Patria*, Ediciones del autor, Jujuy, 2001.

15 Aplicamos aquí, precisándola al territorio "provincial", la idea de "totalitarismo de región" propuesta por Rita Segato (2004).
16 La idea implica, además, la posición que en regiones con ordenamiento "parroquial" y no provincial –como Gran Bretaña– se denomina, justamente, "parroquialismo", y que tiende a localizar procesos más amplios y complejos en el entorno próximo y a partir de lo inmediatamente conocido (García Vargas y Román Velázquez, 2006).

- DÁVILA, D.; GARCÍA VARGAS, A. y otros "Un discurso de la historia en el periodismo de Córdoba", Tesina de Licenciatura en Comunicación Social, Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba, mimeo, 1997.
- FICOSECO, V. "La construcción de la imagen de la mujer en la prensa gráfica de Jujuy durante la Fiesta Nacional de los Estudiantes", Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, mimeo, 2007.
- GARCÍA VARGAS, A. y ROMÁN VELÁZQUEZ, P. "Ciudades ordinarias. Entrevista a Jennifer Robinson", en Revista *Población y Sociedad* Nº 12/13, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán, Tucumán, 2006.
- GARCÍA VARGAS, A. "Crónicas de fantasmas. Periódicos locales e imaginarios urbanos de San Salvador de Jujuy", en Revista *Cuadernos* Nº 24, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, Jujuy, 2004.
- _____ "La iconicidad como estrategia metodológica: mapas y planos de San Salvador de Jujuy", en *Signo y Pensamiento* Nº 43, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, julio-diciembre de 2003.
- _____ "Cuerpos a diario. Representaciones del cuerpo en la prensa gráfica jujeña", en SANTAMARÍA, D. y otros. *Cuerpos*, Universidad Nacional de Jujuy–Red de Editoriales de Universidades Nacionales, Jujuy, 2001.
- GRIMSON, A. "La experiencia argentina y sus fantasmas", en *La cultura en las crisis latinoamericanas,* CLACSO, Buenos Aires, 2004.
- JELÍN, E. *Pan y afectos. La transformación de las familias*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1998.
- KARASIK, G. "Tras la genealogía del diablo. Discusiones sobre la nación y el Estado en la frontera argentino-boliviana", en GRIMSON, A. (comp). *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*, La Crujía, Buenos Aires, 2000.
- _____ (comp.). *Cultura e identidad en el Noroeste argentino*, CEAL, Buenos Aires, 1994.
- LACLAU, E. *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo,* Nueva Visión, Buenos Aires, 1993.
- ORTÍZ, R. *Taquigrafiando lo social*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2004.
- _____ "Diversidad cultural y cosmopolitismo", en *Nueva Sociedad* Nº 155, mayo-junio de 1998.
- RIST, G. "La cultura y el capital social: ¿cómplices o víctimas del 'desarrollo'?", en KLISBERG, B. y TOMASSINI, L. (comps). *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*, Banco Interamericano de Desarrollo, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland y Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2000.
- SAFA, P. "De las historias locales al estudio de la diversidad en las grandes ciudades: una propuesta metodológica", en BAYARDO, R. y LACARRIEU, M. (comps.), *Globalización e Identidad Cultural*, La Crujía, Buenos Aires, 1998.
- SEGATO, R. "Territorio, soberanía y crímenes de segundo estado: la escritura en el cuerpo de las mujeres asesinadas en Ciudad Juárez", en *Serie Antropología* Nº 362, Departamento de Antropología, Universidad de Brasilia, 2004.
- _____ "Alteridades históricas/Identidades políticas: una crítica a las certezas del pluralismo global", en *Serie Antropología* Nº 234, Departamento de Antropología, Universidad de Brasilia, 1997.
- THOMPSON, J. "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología", en *Revista Versión. Estudios de comunicación y política* N° 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, octubre de 1991.
- VAN DIJK, T. *Racismo y análisis crítico de los medios*, Paidós, Barcelona, 1997.

- VILA, P. "Las disputas de sentido común en la frontera norte. El 'otro' en las narrativas de juarences y paceños", ponencia presentada en XIII Congreso Internacional de Ciencias Antropológicas y Etnológicas, México, julio de 1993.
- WILLIAMS, R. *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, 1997 (1977).
- YÚDICE, G. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Gedisa, Madrid, 2002.

Artículos del Suplemento "Pregón 50º Aniversario"

- "50 años reflejando la realidad de Jujuy", 16 de diciembre de 2006(a).
"Culmina hoy la celebración del año de nuestras Bodas de Oro", 16 de diciembre de 2006(b).
- "De la vieja casona al monumental edificio. Una 'mudanza' inolvidable en la historia de Pregón", 16 de diciembre de 2006(c).
- "La inolvidable noche de Pregón". *Pregón*, 17 de diciembre de 2006(d).
- "La nueva vida de Pregón", en *50 razones para seguir creyendo en Jujuy*, 16 de diciembre de 2006(e).
- "Los amigos de entonces", en *50 razones para seguir creyendo en Jujuy*, 16 de diciembre de 2006(f).
- "Medio siglo comprometido con el crecimiento de Jujuy", 16 de diciembre de 2006(g).
- "Noche de festejo de Pregón en el cierre de las Bodas de Oro", 16 de diciembre de 2006(h).
- "Pregón, un anfitrión de distinguidas visitas", 16 de diciembre de 2006(i).
- "Seriedad y responsabilidad al servicio de la provincia", 16 de diciembre de 2006(j).
- "Sólidos cimientos para afrontar los retos que depara el futuro", 16 de diciembre de 2006 (k).
- "Suplemento Pregón 50 Aniversario", 16 de diciembre de 2006(l).
- "Una vida dedicada a la libertad de expresión", en 16 de diciembre de 2006(ll).
- Cura de Jorge, Elvia Ilda, "Trabajamos mucho y no imagino mi vida sin Annuar", 16 de diciembre de 2006.
- Jorge, Annuar, "El irrenunciable desafío de trabajar por Jujuy y su gente", 16 de diciembre de 2006.
- Ulloa, Raúl. "Pregón es Jujuy, la familia, el deporte, la política, todo", 16 de diciembre de 2006.

Sociedad de la información, Internet y políticas culturales en América Latina[1]

Por Migdalia Pineda de Alcázar

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (1989). Profesora Titular de la Facultad de Humanidades de la Universidad del Zulia (LUZ), Maracaibo, Venezuela.

Este trabajo aborda como tema central el papel de las comunicaciones y de la red Internet en la definición de las políticas culturales en la sociedad de la información, e insiste en la necesidad de lograr un equilibrio entre el derecho a la igualdad y el respeto a las diferencias. Para lograr tal cometido, el artículo parte de analizar las contradicciones que se plantean entre el concepto de igualdad social, comunicativa y humana y el concepto de diversidad cultural, y el rol que podría jugar Internet para fomentar las comunidades de comunicación. La reflexión continúa haciendo énfasis en la existencia de las desigualdades o brechas, de las barreras de acceso al disfrute de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y en el predominio de intereses económicos-tecnológicos por encima de los culturales y sociales, como producto del proceso de globalización que tiene lugar en el seno de la sociedad de la información. Por último, se señalan algunas propuestas y condiciones necesarias para la definición de políticas culturales democráticas y pluralistas, recalcando el rol que podría jugar Internet para el fomento de la comunicación y el diálogo en la confrontación multicultural.

La comunicación por Internet, el derecho a la igualdad y el respeto a la diferencia

En las sociedades contemporáneas, el problema del respeto a los derechos sociales y políticos (derecho al bienestar económico, la seguridad ciudadana y la calidad de vida), y de los denominados derechos de tercera generación o de carácter geopolítico o cultural, como los relativos a la autodeterminación de los pueblos, al pluralismo, la diferencia y el respeto a las minorías étnicas y sociales (Pineda, 2003b), no puede ser pensado al margen de la comunicación como instancia humana que en su concepción filosófica reconoce que todos los individuos son iguales y, en consecuencia, están en capacidad de establecer una "puesta en común", o diálogo de reconocimiento mutuo, con miras a concretar una acción social en pro del logro de aspiraciones colectivas.

La comunicación podría ser, pues, la garantía para la participación igualitaria, democrática y libre, y en ese sentido todos seríamos iguales. Pero el análisis no puede ser así de simple; si bien la comunicación parece ser lo que nos homologa en cuanto a nuestra condición humana y como ser social, las contradicciones sociales son tan fuertes que aun en lo comunicacional no todos los hombres son iguales, o al menos no disfrutan del mismo derecho a plenitud, por no tener acceso y participación en igualdad de condiciones.

Hoy se habla más de la diversidad y lo disímil, al reconocer que cuando se consideran las implicaciones culturales de nuestras acciones comunicativas se debe tener presente que si bien "todos los hombres son iguales", todas las culturas no lo son (Yúdice, 2000). Al considerar lo cultural como pleno de valores, representaciones e ideologías el panorama se complica y el derecho a la igualdad se vuelve relativo en su interacción con el derecho a la diversidad, actualmente tan reivindicado en la sociedad de la información.

Ello obliga a interrogarnos, ¿cómo inscribir la diversidad, que es la expresión de la cultura, en un mundo globalizado lleno de interacciones planetarias mediante las redes, y cómo compartir y poner en común a culturas diferentes?

El tema de la reconciliación de los intereses a través del diálogo cultural resulta muy complejo, a

1 Ponencia presentada en la V Bienal Iberoamericana de Comunicación, realizada en el Tecnológico de Monterrey, México, en septiembre de 2005.

tal punto que muchos autores reconocen que las democracias modernas, como sociedades desiguales, pueden resultar inviables por sus paradójicas relaciones y sus radicales diferencias (Mata, 2002); es decir, en teoría todos somos iguales, pero en la práctica, y culturalmente hablando, no. Frente a esa situación, autores como Abdel-ilah Hassanain (Rodrigo Alsina, 2001) insisten en que debemos reivindicar más que el derecho a la diferencia el derecho a la similitud, no con nuestro grupo de origen sino con otros grupos culturales, para destacar que lo que se debe reivindicar son las posibles similitudes con grupos ajenos y las diferencias con el propio, ya que sólo así estamos asumiendo la posibilidad de la diversidad, de lo heterogéneo, para evitar que un criterio sustentado en la insuperabilidad de las diferencias culturales se constituya en un elemento de exclusión o en fronteras inflexibles.

De modo que el diálogo, la comunicación entre pares e impares, cobra relevancia porque permite la horizontalidad de las relaciones sociales y el consenso, en términos habermasianos, pero también da cabida a la aceptación del disenso, el pluralismo y la diversidad como posible efecto del diálogo (Campos y Espinoza, 2001-2002). El respeto a la diferencia del otro, que es mi igual pero al mismo tiempo distinto, obliga a un reencuentro entre el enfoque cultural –que reivindicada la diferencia mediante la identidad cultural– y el enfoque comunicativo, humano y social que nos habla de la igualdad y la comunidad, en un contexto cada vez más complejo por la presencia de infraestructuras tecnológicas que no son de libre acceso y uso para todas las personas.

En virtud de la importancia que ha ido adquiriendo la red de redes como espacio para la creación de "comunidades de comunicación" (Galindo Cáseres, 2000) que pueden establecer relaciones de diálogo y comunicación entre individuos de distintas culturas, razas, grupos étnicos y género, y que se encuentran en condiciones de mayor igualdad en el ciberespacio, resulta fundamental considerar el papel de esta red para fomentar de una manera más armoniosa un equilibrio entre el derecho a la igualdad que reclaman aquellos que no tienen acceso y participación a la comunicación mediante redes y aquellos que consideran que, a pesar de la globalización cultural que ellas pueden hacer posible, se deben respetar las diferencias culturales.

De modo que las comunidades virtuales a través del ciberespacio establecen relaciones reticulares que conjugan las diferencias culturales de grupos diversos de la sociedad civil global con el respeto a la igualdad de participación y uso de redes como Internet, para favorecer la comunicación horizontal y el diálogo entre diferentes.

La sociedad de la información: riesgos y contradicciones

Sin embargo, las profundas contradicciones que existen en la sociedad actual, como las desigualdades, distancias o abismos entre países ricos y pobres, las barreras de acceso para el disfrute de las tecnologías de la información y de otros beneficios sociales (como salud y educación), la globalización de los mercados y el predominio de lo tecnológico por encima de lo cultural, dificultan cualquier reconciliación entre el derecho a la diferencia cultural y el derecho a la igualdad comunicativa. Teniendo en cuenta esa realidad, realizaremos un análisis de cada una de estas contradicciones para proponer luego algunas alternativas.

- El problema de las desigualdades o abismos en la sociedad de la información

La "brecha digital" se manifiesta en la desigualdad de acceso a la información, al conocimiento y a la educación a través de las tecnologías de la información. Pero estas distancias no son sólo de carácter tecnológico, en ellas también inciden factores socioeconómicos, políticos y culturales y son el

reflejo de infraestructuras de telecomunicaciones o informáticas deficientes, e incluso de ausencia de políticas públicas al respecto.

Además, las desigualdades no se relacionan únicamente con el acceso, tienen que ver también con los contenidos que las personas pueden obtener, producir y colocar en las redes telemáticas. Existen profundas distancias en cuanto al origen de la información, ya que la mayoría de los "host" o servidores están ubicados y pertenecen a países desarrollados, mayoritariamente a los Estados Unidos, desde donde se acopian, clasifican y dirigen los datos e informaciones que circulan por las redes, lo que produce, a su vez, brechas lingüísticas, porque la mayoría de las bases de datos y materiales de Internet están en idioma inglés (Moragas, 2003).

Esas brechas pueden crear enormes diferencias entre la calidad de vida de los países del mundo, divididos en inforricos e infopobres: los primeros con una alta densidad de "conectados" y una creciente industria de fabricación e investigación tecnológica; los segundos con altos grados de dependencia tecnológica y una baja densidad de "conectados" (Trejo Delabre, 1996). Incluso en el interior de los países los abismos pueden llegar a presentar ventajas para algunos sectores, como los grandes usuarios (ministerios, universidades, bancos, agencias de viaje) en detrimento de otros sectores o pequeños usuarios, y pueden llegar a establecer diferencias entre individuos o ciudadanos, como en el caso de las mujeres, niños, minorías étnicas y sexuales.

A pesar de disponer de un alto desarrollo tecnológico y de flujos muy grandes de información, el acceso a la información y el conocimiento sigue siendo restringido, entre otras causas, debido al atraso tecnológico de los países en desarrollo, los altos costos de conexión a las redes y la imposibilidad económica de la mayoría de las personas para comprar computadoras o acceder a Internet. Como indican algunos autores (Crovi, 2002), el acceso no sólo depende de la infraestructura disponible sino de las habilidades de la población para manejar los nuevos desarrollos tecnológicos.

En Venezuela, por ejemplo, apenas un 6,3% del total de 24 millones de habitantes accede a Internet; y de los menores de 24 años, sólo un 2,4% (alrededor de unos 400 mil), según cifras de la encuestadora venezolana Datanálisis. En EE.UU., en tanto, el acceso a la red supera un 50% de la población, lo cual demuestra que no todos están conectados (Gonzalo, en Contreras, 2003).

La paradoja que nos presenta la sociedad de la información es que si bien ha generado una cultura de la hiperinformación ésta oculta realmente una hipoinformación, fenómeno que Herbert Schiller (1996) define como "data deprivation", en referencia no sólo al déficit de información socialmente necesaria sino a la ausencia de información socialmente necesaria, como afirma Aníbal Ford (2002). Y los peligros se prolongan cuando esa deprivación de la información se convierte en una deprivación cultural que, en términos de lo planteado por Ford, intenta negar el derecho a la diferencia cultural a favor de la imposición de la "cultura única", con su lenguaje y sus contenidos únicos.

- Las barreras de acceso al uso de las tecnologías de la información y la comunicación y sus repercusiones en otros ámbitos de la vida de los sujetos

No cabe duda que las barreras de acceso al disfrute de las TIC se constituyen en fuertes obstáculos y limitaciones para entrar a la sociedad de la información: en América Latina, los inconvenientes técnicos (falta de servicios básicos de electricidad y telefonía, lentitud de las líneas telefónicas que impiden accesos rápidos y sin interrupciones), los inconvenientes económicos (no disponibilidad financiera para costear un sistema informático con los servicios ofrecidos), las barreras administrativas (peajes y password establecidos por los suministradores de acceso a Internet) y las dificultades cultu-

rales y sociales (Ávila Hernández, 2000), no sólo profundizan las brechas para disponer socialmente de los adelantos tecnológicos de por sí, sino que también disminuyen las posibilidades de tener acceso a información socialmente necesaria para poder resolver problemas fundamentales para el desarrollo social y económico (salud, educación, derechos humanos, ambiente y cultura) y para el mejoramiento de la calidad de vida de los grupos sociales más necesitados (población analfabeta, rural e indígena).

De manera que en ese contexto, las barreras tecnológicas derivan en barreras estructurales que entorpecen el desarrollo democrático de la sociedad de la información. No basta con disponer de condiciones materiales y técnicas, hace falta garantizar las condiciones culturales y políticas, además de las nuevas condiciones subjetivas a constituir por los sujetos sociales (Almeida, 2002), quienes buscan unos usos de las TIC y de la información que ellas transportan para resolver problemas colectivos.

A los obstáculos cuantitativos se suman los cualitativos, que tienen que ver con los modos de acceso, su frecuencia diaria y los sitios desde los cuales se accede a la red Internet. En los países en desarrollo hay determinas zonas (especialmente, rurales y urbanas periféricas) con fuertes limitantes para el acceso a la fibra óptica de banda ancha, lo cual reduce la frecuencia de conexión; asimismo, no todos pueden disponer de conexiones individualizadas en sus casas, trabajo y oficinas, sino sólo de conexiones públicas o colectivas en infocentros, telecentros, cabinas públicas o cibercafés. Estas barreras están más relacionadas con los abismos de desarrollo antes que con los digitales y con desigualdades económicas y sociales.

Como consecuencia de lo anterior, el reto de una política de acceso a la sociedad de la información no es sólo tecnológico, esto es, "poner a todos en línea", sino integrar las TIC a un desarrollo socialmente incluyente (Hoffmann, 2003). Por eso, el acceso a la información y la comunicación se ha de convertir en un derecho, ligado estructuralmente a la calidad de la democracia. En lo que a Internet se refiere, hace falta ir superando las barreras, sobre todo para hacer posible cada vez más su uso colectivo, de modo tal que permita la apropiación social y el uso con sentido de los desarrollos tecnológicos.

- La globalización de los mercados, los derechos a la comunicación y el predominio de lo tecnológico frente a lo cultural

El desarrollo tecnológico acelerado ha ido aparejado a un proceso de globalización que en lo económico ha significado una ampliación de los mercados financieros, comerciales y de las innovaciones informáticas y de telecomunicaciones. El neoliberalismo ha logrado imponer las razones mercantiles por encima de las sociales y culturales en los procesos de introducción de las TIC en la sociedad de la información. Ello puede representar peligros y restricciones para el pleno desarrollo de los derechos a la comunicación y al acceso a las nuevas fuentes de información y conocimiento.

Las alianzas estratégicas entre las multinacionales del sector de las Telecomunicaciones y el Audiovisual parecen cerrar las alternativas de establecer contrapartes en el mercado mundial globalizado, de modo que aquí la igualdad se resume en los intentos por imponernos unos actores centralizados y un pensamiento estandarizado que atenta contra la pluralidad y la democracia (Pineda, 2002). Sin embargo, la globalización también ha servido para resaltar las diferencias y para colocar sobre el tapete el tema sobre lo cultural, como el espacio que se revela a ser homogeneizado por una cultura única (básicamente norteamericana), y que aparece hoy más imbricado que nunca con lo comunicacional, como espacio donde se debaten los conflictos por el ejercicio del poder simbólico, el poder de las palabras, las significaciones y los valores.

Es precisamente esto lo que lleva a decir a George Yúdice (2000) que hoy la lucha tiene lugar en el campo de la cultura, donde un poder desigual, diferenciador y heterogéneo, como el de los diversos grupos culturales y sociales (étnicos, mujeres, jóvenes y marginados), frente a las intenciones del mercado de consumo, luchan por dejar oír su voz y por rescatar sus derechos sociales y humanos a la expresión de sus ideas, a la comunicación y a la diferencia cultural y lingüística.

En ese panorama de contradicciones, la globalización se debate entre procesos de rentabilidad económica en mercados globales y una apertura a los procesos de localización desde abajo, con la participación cultural de los sectores sin acceso. Si la sociedad de la información se ha abierto a los mercados internacionales, ahora necesita reencontrarse con "los otros" de las otras zonas del mundo no desarrollado, como una vía que pudiera abrirse para el logro de una sociedad más democrática, justa y equilibrada, e Internet podría ser una vía para ello. De lo contrario, entraría en un callejón sin salida, en un diálogo de sordos.

Las últimas iniciativas de organizaciones de la sociedad civil por constituir observatorios y veedurías ciudadanas utilizando las conexiones a través de la red, como modo de contrarrestar los efectos aplastantes de la globalización (Martín Barbero, 2002b), constituyen una muestra de que no todos los caminos están cerrados para un diálogo intercultural entre zonas del mundo que antes se habían visto alejadas. Y, sobre todo, entre sus diversos actores, ya que nos encontramos en un tiempo de heteronomía que plantea una alteridad, una dependencia, incluso entre los seres humanos (Rivas, 2001-2002).

Como indica Jesús Martín Barbero (2002a, 2002b), la globalización se negocia desde la diversidad cultural, y la sociedad de la información no ha hecho más que manifestar con contundencia la explosión de las identidades. Y es que frente a una globalización que genera problemas relativos a la justicia, equidad, bienestar, gobernabilidad –que se manifiestan en lo local pero con contextos globales–, resulta indispensable el uso de la imaginación en la vida social. Esto supone, en términos de lo planteado por Arjun Appadurai (Pineda y otros, 2003a), ejercer una especie de "globalización desde abajo", una imaginación que articule el sentir, el pensar y el hacer para diseñar, a través de las redes digitales, nuevas formas de asociación cívica y colaboración más allá de las fronteras nacionales, nuevas formas de disensión colectiva como proyectos de vida de los ciudadanos modernos.

En la globalización las identidades cambian, se reconstruyen y adquieren un carácter más allá de lo nacional, se vuelven comunitarias y globales al mismo tiempo (Casas, 2002). De allí que el peligro se encuentre en la posibilidad de que la innovación tecnológica, con sus necesidades y requerimientos, imponga su lógica por encima de lo social y lo cultural (Campos y Espinoza, 2001-2002).

El debate cultural, pues, resulta prioritario, sobre todo si consideramos que en el entorno de los fuertes cambios tecnológicos el problema de cómo inciden las mediaciones tecnológicas, informáticas y virtuales en la construcción del tejido simbólico, social y colectivo se vuelve más complejo (Bermúdez y Martínez, 2002) y ha realzado el valor de la cultura como un recurso que nos ayuda en el proceso de adecuación al esquema de la globalización (Yúdice, 2000), pero que también lo podemos utilizar para lograr metas de interés social. Y si es un recurso, en el sentido en que lo plantea este autor, "requiere que se atienda a la administración de la cultura, es decir a la política cultural"; una política cultural que ofrezca garantías para los derechos a la comunicación y que se pueda valer racionalmente de los adelantos tecnológicos, como las redes digitales, para que ello sea posible.

Políticas culturales y diversidad: algunas propuestas o alternativas

En el entorno de la posmodernidad que vivimos hoy, se ha puesto en cuestionamiento la idea de progreso, el concepto de razón, verdad, objetividad e identidad (García, 2001-2002), y ha resurgido, como nunca, el problema de la participación y la necesidad de rediscutir el tema de la democracia asociada a una sociedad de progreso científico y tecnológico y de bienestar material.

La crisis de los paradigmas y el dominio del caos y del desorden ha permitido una apertura hacia la búsqueda de fines de participación diferentes a los de las democracias representativas de las sociedades liberales. Ahora, se plantea una democracia participativa que deja a un lado la delegación política y reivindica la participación directa de la sociedad civil. En este nuevo esquema, el diálogo, la comunicación, adquiere un nuevo estatuto, una centralidad no sólo relativa sino transversal. Siguiendo a Jurgen Habermas (1986), se puede afirmar que la comunicación se erige como el espacio de participación, como una comunicación que tiene lugar mediante un diálogo no autoritario, producto de la reciprocidad y el consenso, el cual se podría potenciar con un uso más democrático de las redes digitales.

No obstante, en momentos de grandes cambios esto puede no estar garantizado en todas las situaciones, en todos los contextos y para todos los individuos, ya que en la lucha por el poder comunicativo parecen surgir también intentos de control informático de las palabras y el diálogo. Por eso resulta indispensable considerar las propuestas de Lyotard (1996) y Vattimo (1991), citados por Ana Campos y Héctor Espinoza (2001-2002) sobre la necesidad de considerar en este debate el pluralismo, la diversidad, las diferencias y las particularidades contextuales que hacen resurgir una palabra ya no consensuada, en términos habermasianos, sino una palabra confrontada, del disenso, que ha sido respetada en su diversidad como producto del diálogo entre diferentes. Palabra que ya no es portadora única de la razón universal polarizada, sino que también integra imágenes, emociones, afectos y una subjetividad confrontada (Rivas, 2001-2002).

En el mundo globalizado, la subjetividad compartida, sobre todo a través de Internet, pasa también por el diálogo intercultural que respete, en sentido democrático, la diversidad cultural de regiones del mundo, grupos e individuos. Por esto, para garantizar políticas culturales democráticas y pluralistas, es necesario:

- Recuperar las condiciones subjetivas y humanas de las relaciones sociales entre los hombres y las culturas, porque si bien se deben crear las condiciones materiales, políticas y culturales para la consolidación de un espacio público democrático, participativo y deliberativo (Almeida, 2002), donde sea posible el encuentro intercultural, se hace necesario garantizar las condiciones que permitan a los sujetos sociales desarrollar sus potencialidades afectivas, subjetivas y dialógicas, en un espacio no sólo sociopolítico sino subjetivo que nos acerque a un orden social más humano y solidario (Hernández, 2002), para lo cual se debe potenciar el papel de las redes digitales.

- Fomentar la comunicación plural con base en el respeto a la diversidad cultural y a la heterogeneidad como valores que se articulen en la construcción de un nuevo tejido social de lo colectivo (Morales y otros, 2000), en una heterogeneidad respetuosa de la convivencia entre las culturas singulares, que favorezca la participación ciudadana y comunicativa y que remueva no sólo a la política sino a la sociedad en su conjunto. Una comunicación plural que rescate el concepto de exclusión cultural y que fomente un proyecto estratégico a través de las redes, para hacer posible no sólo "políticas de identi-

dad", dentro de una política de emancipación humana, sino que replantee a fondo el sentido mismo de "política", para facilitar el surgimiento de un nuevo tipo de sujeto político (Martín Barbero, 2002b), quien en su relación con los otros se enfrente a unas subjetividades fracturadas, descentradas, múltiples y en pugna, las cuales se pueden reencontrar en las redes.

- Reconocer que más que el multiculturalismo, entendido como el mero reconocimiento de varias identidades fijas y normativas, es el diálogo intercultural la garantía para mantener un equilibrio en esa lucha de poderes culturales diversos (Sierra, 2003). El diálogo entre culturas vendría a ser la respuesta a los procesos históricos de dominación y pretensión de uniformidad en torno al mundo globalizado, porque permite revalorizar los movimientos étnicos, la cultura local y la defensa de las lenguas autóctonas, con miras a construir un sistema democrático con mayor nivel de participación ciudadana (Pineda, 2003c).

El diálogo intercultural, más que ser el producto de una integración cultural –lo cual resulta sumamente difícil en las sociedades contemporáneas sin desvalorizar a las culturas no hegemónicas–, debería ser el resultado de una convergencia cultural donde se incluyan las divergencias, las marginaciones y las exclusiones (Pineda, 2002). Frente a esto, sugiere Ford, haría falta una política cultural que ponga en escena los aspectos históricos, económicos, sociales, laborales e institucionales de la cultura del otro, o una política de reconocimiento cultural que dé margen para deliberar y compartir con otras identidades distintas a la nuestra (Sierra, 2003), y para lo cual se podrían aprovechar las potencialidades que ofrece la red de redes.

- La coexistencia de diálogos multiculturales deberá pasar por el reconocimiento de los límites de lo humano, puesto que ninguna cultura lo tiene todo, ninguna es mejor que la otra, así como ninguna es igual a la otra. De modo que el multiculturalismo no debería considerarse como la aceptación inevitable de la heterogeneidad social y humana, sino como el reconocimiento de la existencia de los demás aunque sean diferentes, con la convicción de que ello enriquece cualquier diálogo entre culturas.

Por tal motivo, una política cultural será más democrática en la medida en que permanezca abierta a los entrecruces culturales, y no sólo pensada para los ciudadanos nacionales; en tanto que la oportunidad que ofrece la red Internet para abrirnos a otras culturas y ciudadanos podría ser aprovechada para que entendiéramos que culturalmente no somos mejor que los otros.

Los obstáculos para el diálogo intercultural no son materiales (es decir, técnicos o económicos) sino fundamentalmente culturales y enfrentan, incluso, los modos de pensamiento occidental dominantes con otros modos de pensamiento sumergidos (culturas indígenas, orientales y africanas).

- Considerando que en la sociedad de la información las tecnologías de la información, y especialmente Internet, ocupan un lugar central en la definición de una política para el diálogo intercultural resulta indispensable pensar en cómo fomentar el uso social o alternativo de estas tecnologías.

Las experiencias de apropiación tecnológica y de redes informáticas alternativas en países en desarrollo, como es el caso de los telecentros, infocentros o cabinas públicas en Perú, Bolivia, Venezuela; o de proyectos como Funredes, la Asociación Latinoamericana de Radios Comunitarias (Gómez Mont, 2002), la Agencia Latinoamericana de Información (ALEI) y los recién creados Comités de descentralización de la Informática en Brasil (De Sousa Lacerda, 2004) constituyen ejemplos de lo que se podría hacer. No obstante, no existe por ahora un diseño de política que las articule a un proyecto público de fomento del diálogo con otras culturas,

donde su pueda garantizar no sólo el acceso sino el uso con sentido, la capacitación y los contenidos adecuados (Camacho en Hoffmann, 2003).

- Por último, una política cultural de la diversidad deberá tener a la comunicación como eje fundante de la democracia, de la igualdad de los diferentes, que partiendo de una base ética del poder comunicativo reconozca las capacidades, potencialidades y los derechos de "los otros" en el diálogo cultural (Unesco, 2003).

Conclusiones

Lograr un equilibrio entre el derecho a la comunicación y el derecho a la diferencia, desde el punto de vista de una política cultural, requiere superar las brechas, las barreras de acceso a la información socialmente necesaria, disponible actualmente en las redes, para impedir que la privación de la información se convierta en una privación cultural que niegue el derecho a la diferencia.

Pero el problema va más allá de un reconocimiento cultural de los diferentes, porque las barreras de acceso a la información y la comunicación, a través de las nuevas tecnologías y las redes, no sólo repercuten en el acceso a la información sino en otros ámbitos de la vida de los ciudadanos (salud, educación, derechos humanos, calidad de vida y disfrute cultural). Por lo que podríamos señalar que al lado de las barreras tecnológicas o económicas existen unas muy fuertes barreras estructurales y culturales.

Se hace necesario, en consecuencia, integrar las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente Internet, a un desarrollo socialmente incluyente, que reconozca a la información como un derecho ligado a la calidad de la democracia y a la comunicación como el eje fundamente de cualquier política cultural, porque ella se erige como un espacio para debatir las diferencias culturales, simbólicas y de significación.

Si dentro de dicha política se considera a la cultura como recurso, ello obliga a definir para su administración políticas y programas que deben ofrecer garantías a los derechos a la comunicación. Dentro de las garantías para una política cultural democrática y pluralista se requiere: recuperar las condiciones subjetivas y humanas de las relaciones sociales, fomentar la comunicación plural y heterogénea para incluir la exclusión social y reconocer el diálogo intercultural como el punto de equilibrio en la lucha de poderes culturales diversos, el cual puede ser potenciado mediante el uso de las redes digitales.

Asimismo, dicha política deberá reconocer los límites de lo humano, porque ninguna cultura es igual a otra, ninguna cultura es mejor que otra. En la actualidad hay una dependencia no sólo entre zonas del mundo sino entre los seres humanos mismos, lo que nos obliga a reconocer a los demás aceptando sus diferencias y respetando sus derechos, en un clima de igualdad.

Bibliografía

- ALMEIDA, J. "Convergencia tecnológica, especio público y democracia", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- AVILA HERNÁNDEZ, F. "El proceso informativo como elemento clave para la participación ciudadana", en revista *C+I* Nº 2, Vol. 1, CICI, Universidad del Zulia, Maracaibo, septiembre de 2000.
- BERMÚDEZ, E. y MARTINEZ, G. "Los estudios culturales en la era del ciberespacio", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- CAMPOS, A. y ESPINOZA, H. "Retorno al pensamiento flexible", en revista *Faces* Nº 21, Universidad de Carabobo, Valencia (Venezuela), diciembre-junio de 2001-2002.

- CASAS, M.L. "Una revisión de las aproximaciones conceptuales sobre la identidad cultural en la era de la globalidad", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- CONTRERAS, M. "Desconectados de la red", en diario *Panorama*, Maracaibo, 14 de agosto de 2003.
- CROVI, D. "Convergencia tecnológica, juventud y trabajo", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- DE SOUSA LACERDA, J. "A Comunicaçao digital e os desequilibrios e esperanças em torno da definiçao de uma sociedade da informaçao: experiencia latinoamericana", en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* Nº 1, Año 1, ALAIC, Sao Paulo, julio-diciembre de 2004.
- FORD, A. "Toma this', América Latina: contextos de la exclusión o de la domesticación", en *Diálogos* Nº 65, FELAFACS, Lima, diciembre de 2002.
- GALINDO CASERES, J. "Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales", en *Revista Comunicación* Nº 109, Centro Gumilla, Caracas, 2000.
- GARCIA, L. "La idea de progreso desde la perspectiva histórica", en revista *Faces* Nº 21, Universidad de Carabobo, Valencia (Venezuela), diciembre-junio de 2001-2002.
- GOMEZ MONT, C. "El desafío de Internet ante la construcción de los usos sociales", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*, Tomo I, Taurus, Barcelona, 1986.
- HERNÁNDEZ, D. "La sociedad del conocimiento: nuevas estrategias del capital y viejas formas de explotación y opresión política", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- HOFFMANN, B. "Retos al desarrollo en la era digital", en *Diálogos* Nº 67, FELAFACS, Lima, septiembre de 2003.
- MARTIN BARBERO, J. "La globalización en clave cultural: destiempos y reinvenciones", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002(a).
- _____ "Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo", en *Diálogos* Nº 64, FELAFACS, Lima, noviembre de 2002(b).
- MATA, M.C. "Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación", en *Diálogos* Nº 64, FELAFACS, Lima, noviembre de 2002.
- MORAGAS, M. "Internet. Facilidades tecnológicas/ Dificultades de comunicación", en *INCOM. Portal de la Comunicación*, Universidad Autónoma de Barcelona, 2003.
- MORALES, J. y otros. "Educación y Comunicación para la integración: una referencia a la comunidad andina de naciones", en revista *C+I* Nº 2, Vol. 1, CICI, Universidad del Zulia, Maracaibo, septiembre de 2000.
- PINEDA, M. y otros. "La sociedad de la información como una sociedad en transición: caracterización, tendencias y paradojas", en *Revista de Ciencias Sociales* Nº 2, Vol. IX, Universidad del Zulia, Maracaibo, mayo-agosto de 2003(a).
- PINEDA, M. "Mediaciones tecnológicas, redes y nuevas formas de ciudadanía en las comunidades virtuales", en memorias del XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, San Juan de Puerto Rico, octubre de 2003(b).
- _____ "De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento y la comunicación. Implicaciones para la sociedad, la educación y la cultura", ponencia presentada en las "Jornadas de Difusión de investigaciones en Comunicación, Educación, Información y Nuevas Tecnologías", Facultad de Humanidades, Universidad del Zulia, Maracaibo, noviembre de 2003(c).

- _____ "Globalización, tecnologías de la información y diversidad cultural: homogenización vs. diferencias", en memorias del coloquio "2001 Efectos: Pluralismo y Globalismo", Universidad de Québec, Montreal, abril de 2002.
- RIVAS, M. "El tiempo puro del instante. La noción del tiempo en la transfiguración", en *Faces* Nº 21, Universidad de Carabobo, Valencia (Venezuela), diciembre-junio de 2001-2002.
- RODRIGO ALSINA, M. *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Servei de Publicacions, Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.
- SCHILLER, H. *Information Inequality*, Routledge, New York, 1996.
- SIERRA, L. "Globalización, multiculturalismo y comunicación", en *Diálogos* Nº 66, FELAFACS, Lima, junio de 2003.
- TREJO DELABRE, R. *La nueva alfombra mágica*, Libros de Fundesco, 1994. Disponible en www.etcetera.com.mx/LIBRO/ALFOMBRA.Htm. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- UNESCO. "La UNESCO y la cumbre mundial sobre la sociedad de la información", en *Diálogos* Nº 67, FELAFACS, Lima, septiembre de 2003.
- YÚDICE, G. "La globalización y el expediente de la cultura", en *Relea* Nº 10, Centro de Investigaciones Post Doctorales (CIPOST), Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2000.

Weblogs y Fotologs: nuevos modos de subjetividad

Por Natalia Ferrante

Natalia Ferrante es Lic. en Comunicación Social por la UNLP. Docente de la Cátedra Comunicación y Recepción de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social e investigadora de la misma institución.

En los últimos años se ha detectado un alto incremento en la creación de *weblogs* y *fotologs* en Argentina y este fenómeno no sólo se manifiesta entre los usuarios adolescente y jóvenes.

Un *weblog*, o en español también una bitácora, es un sitio web que se actualiza periódicamente y que recopila de modo cronológico textos de uno o varios autores. Una de las características de este tipo de publicaciones es que el autor conserva la libertad de publicar o quitar lo que crea pertinente. El término *blog* proviene de las palabras web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora es una referencia a los cuadernos de viaje, pero en este caso se utiliza como un espacio donde el autor escribe sobre su propia vida como si fuese un diario, con la salvedad de que en este caso se encuentra publicado on line en Internet y al alcance de quien quiera verlo y leerlo. Es necesario aclarar, que el uso no siempre funciona de ese modo, sino que muchas veces los usuarios deciden darle al *weblog* una temática que no tiene que ver con la autobiografía[1].

Por su parte el *fotolog* es un *blog* fotográfico. A diferencia del *weblog,* donde es posible postear texto, material audiovisual y fotos; en el *fotolog* es condición *sine qua non*, la inclusión de una imagen.

Un dato a tener en cuanta, es que en Argentina para el año 2005 había alrededor de 70.000 *fotologs* y para fines de 2007 la cifra trepó a cerca de 2.000.000.

La pregunta que no podemos de dejar de hacernos tiene que ver con cuál es la reposición que ofrecen estos espacios a los sujetos -a diferencias de otros- y cómo es que son utilizados estos recursos por los usuarios.

Hasta hace algunos años, la estrella de socialización de la Web era el *chat*, un espacio de comunicación sostenido vía Internet a través del cual las personas entran en contacto en tiempo (casi) real por intermedio de una computadora.

Ahora bien, es necesario aclarar que el estatuto que toma el modo de vinculación social que se establece a través de estos soportes o espacios de interacción está directamente relacionado a las posibilidades y restricciones que le ofrece al usuario.

Es este sentido, quizás sea necesario revisar algunas características del chat para luego poder visualizar los desplazamientos que se presentaron en los últimos años con la irrupción del *weblog* y del *fotolog*.

Características sociales del chat

Para ingresar a un chat (cualquiera sea) es necesario presentarse a través de un nick.

Si bien, como veremos luego, la incorporación de un nuevo miembro al grupo implica que éste se retrate, el nick señala Rosa Gómez[2] ya comienza a cumplir algunas funciones caracterizadoras:

a- Opera como una suerte de "retrato comprimido" al aparecer como nombre, apodo o título. Podríamos plantear que el nick elegido por alguien para chatear opera como primer elemento metadicursivo. No resulta lo mismo entrar como "la_más-_sexy" que como "Sincera", amén de que puedan ser las mismas personas en diferentes momentos.

b- Al crear una situación enunciativa, que interpela a unos y deja afuera a otros. Quien entra con el nick "Caballero" interpela a un sujeto distinto de

1 En este sentido es que podemos encontrar *weblogs* de periodísticos, de asociaciones de consumidores, de cátedras universitarias, etc.

2 Gómez, Rosa, Cotidiano/no cotidiano. Un Caso: El Chat. Ponencia presentada en el Congreso internacional de Semiótica, Buenos Aires, 2002.

quien entra bajo el pseudónimo de "latengogrande", insisto, más allá de que pueda tratarse del mismo sujeto real en distintas instancias virtuales.

Si en el chat el otro se convierte en una primera instancia en un manojo de palabras, es el nick elegido la primera de ellas que aparece en pantalla y la que posee, por lo tanto, una suerte de interpelación fundacional.

También es la que se repite cada vez que el chatero escribe/habla, con lo cual además de fundacional, contiene un carácter repetitivo que no posee quizás ninguno de los otros términos voluntariamente escritos.

Cuando se ingresa a un salón de chat, ya sea la sala general o a alguna de las diversas agrupaciones, puedo observar/leer cual es el tema del que se está hablando/chateando y a su vez el nick de todos aquellos que también participan de en ese momento de la sala.

Hay dos formas de entablar contacto en un chat:

La primera es participando de la conversación que se lleva a cabo en la sala de la cual se forma parte y donde todos los que se encuentran allí leerán la intervención.

La segunda modalidad es a través del envío de "privados", se le llama privados a los menajes instantáneos que un chatero le manda a otro sin que el resto tome conocimiento. Para poder realizar esta operación sólo es necesario clickear sobre el nick al que se quiere enviar el mensaje, se abrirá una ventana y comenzarán a chatear en privado si es que el otro acepta la invitación.

Antes de preguntarnos cuáles son las posibilidades y restricciones de este dispositivo de comunicación en cuanto al cuerpo cabe destacar que en la mayoría de los casos los ejes temáticos entorno a los que giran los mensajes privados son referidos al sexo (desde propuestas sexuales explícitas hasta indagaciones respecto de los modos en que el interlocutor ejerce su sexualidad).

En la comunicación interpersonal es posible identificar al interlocutor con un alto grado de detalle y precisión ya que los sentidos y la experiencia habilitan para poder hacerlo.

En el caso del chat no hay ningún índice[3] que me indique con exactitud quién es aquel que está del otro lado. En tal sentido, opera una cuestión de fe en torno a creer o no aquello que dice el chatero con el que se establece contacto.

Es decir, no hay manera de verificar a través del dispositivo si aquel que dice ser de determinada manera realmente lo es. Podemos agregar que el estatuto de verdad es, al menos, débil.

Hoy por hoy el chat tradicional, con las características que se acaban de describir ha sido remplazado por servicios de mensajería instantánea (como MSN, Skype, etc) que poseen otras características tanto de admisión como de comunicación. Básicamente, si en el chat, uno es en primera instancia un nick con un tipo y color de fuente (por ejemplo "Laurita" que escribe con arial, 12, roja) que en general se comunica con desconocidos.

Con los servicios de mensajería instantánea se van a dar dos modificaciones importantes: por un lado "los contactos", son agregados y/o aceptados por el usuario. Por otro lado, ofrecen también la posibilidad de mostrar fotos, realizar trasferencias de imágenes por ***webcam***, de sonidos, transferir archivos, etc.[4]

En otro lugar, mencionábamos que en el chat tradicional la mayoría de las conversaciones giraban en torno a propuestas sexuales explícitas o a indagaciones sobre el ejercicio de la sexualidad ajena, en tal sentido cabría reflexionar sobre qué es lo que proporciona el chat que habilita a alguien a preguntar a otro acerca de su intimidad (preguntas que, seguramente, no realizaría en una comunicación cara a cara y dos minutos después de haber establecido contacto con alguien).

Como una primera aproximación podemos decir que en el chat no hay indicio de la corporeidad

3 Tomamos aquí el concepto de índice dado por Charles S. Pierce para quien es aquel signo cuya relación con sus objetos consiste en una correspondencia real y directa. Ver Pierce, C., La ciencia de la semiótica, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986.

4 Le Breton plantea que en occidente el cuerpo opera como factor de individualización "se convierte en la frontera precisa que marca la diferencia entre un hombre y otro", pero es más precisamente la imagen del rostro la que permite aprehensión de la realidad de la persona. En tal sentido el envío de la fotografía es el envío de un retrato. Ver Le Breton, D., Antropología del cuerpo y modernidad, Cap. 2, Buenos Aires, Nueva Visión, 2002.

y por lo tanto tampoco de la particularidad, entonces ese borramiento habilita a decir y preguntar aquello que es indecible a través de dispositivos que identifican la particularidad.

En el uso de un dispositivo de comunicación con posibilidades diferentes, es decir, donde el grado de anonimato o de borramiento es menor, podemos decir que existe un desplazamiento, aunque leve en el modo de utilización.

Weblogs y Fotolog

A diferencia del chat, que se autodefine (independientemente de sus usos y apropiaciones) como un medio de comunicación entre partes, los *fotologs* y los *weblogs* -en menor medida- se presentan como una comunidad, en este sentido cada "dueño" de un *fotolog,* es miembro de esa comunidad.

Este no es un dato menor, ya que la pertenencia a la comunidad es la que habilita al usuario a comunicarse con los otros miembros, a agregar amigos/favoritos y a ser elegido también bajo este rótulo, establecer contacto a través mensajes en los espacios de los otros miembros que a su vez pueden contestarlo.

Dando un paseo por la galería de *fotolog* podemos encontrarnos con la exposición de la vida privada. Y estamos tomando esta idea de vida privada en un sentido amplio: desde imágenes familiares, salidas de amigos, fotos "sexies", "artísticas", pero también la exhibición del propio gusto y deseo.

El *fotolog* supone la posibilidad de mostrar "quien soy" a partir de la imagen, los gustos, los amigos. De más está decir que aquí también, al igual que en el chat en esa exposición está mediada por el dispositivo y como en todo discurso, anclado en un relato. Pero quizás, un punto interesante es que este relato se construye con los otros. Es decir, con lo que cada *flogger* aporta a su espacio pero también con lo que cada uno de los miembros comenta sobre ese aporte.

Y es justamente ahí, donde entre en juego la subjetividad, los modos que cada usuario utiliza para ocupar y luchar por un espacio en el mundo virtual. Que cómo diría Pierre Lévy, de irreal no tiene nada.[5]

Luis Alberto Romero plantea cuatro aspectos que pueden distinguirse en torno a la constitución de la identidad, en este trabajo retomaremos dos de esos aspectos: la propia experiencia de los actores y la identidad atribuida. Este recorte se asienta en que los dos aspectos elegidos nos sirven como herramientas para explicar algunas de las prácticas que se desarrollan en torno a las nuevas tecnología.

En cuanto a la propia experiencia de los sujetos podemos decir que la experiencia humana es algo que nos ocurre y que discurre en el ámbito social, algo que nos sucede en el espacio-tiempo que nos toca vivir y que cobra sentido únicamente en función de nuestra historia sociocultural, que encarnamos como sujetos capaces de producir sentido.

Pensar que la identidad es una narración biográfica, decir quién soy es inseparable de decir cómo es que llegué a serlo. Pero la biografía no es una recopilación de hechos pasados, sino un proceso activo, productivo que incluye en esa producción a cada sujeto pero también a los otros.

En trabajos anteriores sobre el chat[6], los usuarios manifestaban que "para ir al chat uno no tiene que producirse" donde este producirse es producir al cuerpo concreto, porque de hecho aquel que chatea igualmente se produce a través de su discurso, un cuerpo ideal, una personalidad ideal (independientemente de su correlato real, es decir, aunque se describa en términos que considera reales.

En el *weblog* y el *fotolog* esta idea de la producción se pone en el tapete y se asume como tal, los *flogger* tienen muy claro que cada espacio es un producto que no sólo habla de ellos, sino que es ellos mismos. Por eso es que no es raro observar el cuidado y la dedicación puestos en cada uno de estos espacios.[7]

5 "La palabra virtual puede entenderse al menos de 3 maneras: en un sentido técnico ligado a la informática, un sentido corriente, y un sentido filosófico. La fascinación suscitada por la "realidad virtual" viene en gran parte por la confusión de estos tres sentidos. En la acepción filosófica, es *virtual lo que no existe más que en potencia y no en acto*... (el árbol está *virtualmente* presente en la semilla). En el sentido filosófico lo virtual es evidentemente una dimensión muy importante de la realidad. Pero como en el sentido corriente la palabra virtual se emplea a menudo para significar la irrealidad, la idea de "realidad" supone una efectuación material, una presencia tangible. Sin embargo lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual" Lévy (2007).

6 Ferrante Natalia, "Configuraciones del cuerpo en el chat o el lugar donde el cuerpo se borra", Ponencia presentada en las VIII Jornadas de Jóvenes investigadores en Comunicación, La Plata, Septiembre 2004.

7 En este sentido no puedo dejar de comentar la escena del film "La joven vida de Juno" (2008) en la que la protagonista -una joven de 16 años- le cuenta su mejor amiga que está embarazada y ésta al no poder creerlo le contesta "júramelo por tu *blog".*

Por otra parte, esa búsqueda de reconocimiento en el otro, esa búsqueda de popularidad en la comunidad -porque claro, ser popular es un valor- opera directamente sobre las estrategias de producción de cada *fotolog.*

En esta línea es que nos viene bien la idea que plantea Bauman (2007) acerca de que los miembros de una sociedad de consumidores son ellos mismos bienes de consumo: "el principal desvelo de los consumidores es convertirse en productos vendibles y lograr mantenerse así. El atractivo de los productos de consumo suele evaluarse según la capacidad de aumentar el valor de mercado de quien lo consume"[8].

Nadie va a negar que los productos de Internet forman parte de la industria cultural, pero si todo consumo opera en la subjetividad, este lo hace desde doble propuesta del productor consumidor, desde la idea del "hagaló usted mismo".

Bibliografía

-Bauman, Zygmun. *Vida de Consumo,* Fondo de Cultura Económico, Buenos Aires, 2007.
-Ferrante Natalia. "Configuraciones del cuerpo en el chat o el lugar donde el cuerpo se borra", Ponencia presentada en las VIII Jornadas de Jóvenes investigadores en Comunicación, La Plata, Septiembre 2004.
-Le Breton, David. *Antropología del cuerpo y modernidad*, Cap. 2, Nueva Visión, Buenos Aires, 2002.
-Lévy, Pierre. *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Anthropos, Barcelona, 2007.

8 Bauman, Zygmun; *Vida de Consumo,* Fondo de Cultura Económico, Buenos Aires, 2007.

Fotografía turística: la visión después de la mirada

Por Ayelen Sidun

Investigadora y docente de la cátedra "Comunicación y Recepción" de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social y alumna de la Maestría en Ciencias Sociales de la UNLP.

Los turistas son viajeros especiales: van en busca de lugares, imágenes, emociones, vivencias, pero, también, del status que da poder reforzar el relato con la certeza irrefutable del registro fotográfico, ese que dice a los demás: "Este lugar existe y yo he estado allí". Es que para estos espectadores, pareciera que no basta con observar el escenario que se encuentra frente a sus ojos; necesitan compartir, comunicar lo que vieron, con palabras reforzadas por improntas de ese lugar, para que lo contado sea complementado o porque, como dice una frase trillada, "una imagen vale más que mil palabras".

Las fotos dicen "algo" que el turista quiere recordar del momento en que fue testigo de un paisaje, un lugar. Pero la intención de llevarse esa imagen no es sólo la de guardarla en su memoria. La captura visual de ese momento, su significación, será la de demostración para aquellos que lo rodean del "haber estado allí" (Verón, 1996), de comprobación de haber sido parte de ese espacio que se quiere mostrar. Y aunque como expone Pierre Sorlín (2004) "la supuesta evidencia de la fotografía es un engaño", los turistas la muestran como evidencia, irrefutable podría decirse, de lo vivido.

La del turista es esa intención que bien describe Marc Augé en *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes* (1998): "La gente no visita Disneylandia sin llevar por lo menos un aparato fotográfico (...) para poder decir que ha estado allí y para dar la prueba de ello. Se trata de una visita al futuro que cobra todo su sentido después, cuando se muestra a los parientes y a los amigos, acompañada de comentarios pertinentes (...) a manera de verificación".

La imagen no es un imperio autónomo y encerrado en sí mismo, un mundo aislado sin comunicación con aquello que lo rodea. Las imágenes no pueden dejar de caer en los juegos del sentido, en las múltiples dependencias que reglamentan la significación en el centro de las sociedades, ese sentido de querer hacer parte a los otros de los recorridos personales del viaje realizado. Es en este punto donde, para Augé, "todos somos hijos de este siglo", un tiempo que si bien ya es otro de aquel al que refiere este autor comparte con el anterior la "necesidad de la imagen para creer en la realidad y [la] necesidad de acumular testimonios para estar seguros de que hemos vivido".

La fotografía, como representación mental a través de la cual alguien puede conocer los objetos de la realidad, es decir, como signo, tiene un carácter indicial (Peirce, 2006). Además de la semejanza, hay una huella del haber estado allí; es de carácter testimonial (Traversa, 2001). Cuando nos referimos a la fotografía como un índice damos cuenta de la relación de continuidad de los objetos que representa con respecto a la realidad.

Cuando muestra a otros las imágenes de los viajes realizados, el turista da testimonio, hila una narración. En palabras de Oscar Traversa, da cuenta de que "hay alguien ahí a quien conozco" que realizó un viaje. Pero, en ese caso, no es el carácter indicial lo que se privilegia sino la cualidad icónica, es decir, la posibilidad de dar cuenta de que es esa persona y no otra, en tanto hay una relación de semejanza con el objeto que se representa.

Es de esta manera como se habilita otro estatuto fotográfico: el del recuerdo, ya que es esa perso-

na y no otra en un momento determinado, con lo que se privilegia el tiempo sobre el espacio. Según Roland Barthes (1964), la fotografía, en su carácter de dispositivo técnico, no corresponde al espacio sino al tiempo: "En la fotografía nunca puedo negar que la cosa estuvo allí. Hay una doble posición conjunta: de realidad y de pasado". Y es eso lo que la convierte en tan indispensable, pareciera, para aquel que la utiliza viajando; esa realidad que estando en el pasado puede jugar con el tiempo y hacerse presente en el momento en que se da a conocer a otro.

El turista quiere mostrar aquello que vivió. No es extraño cruzar en lugares pintorescos de distintas ciudades personas que, cámaras en mano, gatillan el botón constantemente… ¿Cómo forma de retratar lo vivido? La fotografía turística hace posible una "estrategia de marcación (...) un movimiento de legitimación de la pertinencia de los desplazamientos de los individuos, pertinencia que se alimenta con la notoriedad de los espacios públicos" (Augé, 1998). Esta "estrategia de marcación" es utilizada por el turista para mostrar el paisaje del que fue testigo acompañado de su propia imagen, de la de su cuerpo. La foto debe ser tomada en un plano en donde protagonista y escenario estén presentes. La foto del lugar sin personaje no tendría sentido, sería como ver una postal o la imagen difundida por una empresa de turismo para vender el viaje. Sin el turista en el centro de la escena la fotografía dejaría de testimoniar su presencia… ¿Y cómo comprobar luego el "haber estado allí"?

Traversa plantea que "la fotografía acentúa, dadas sus cualidades indiciales (...), la cualidad de estancia testimonial del lugar", y agrega que este es un efecto que se potenciaría si, según costumbres de años anteriores, se acompañara la imagen de un edificio de "la imagen del destinador, por vías de la modesta tecnología de un 'fotógrafo de plaza'". Por estos años, diferentes a los que alude el nombrado autor, el fotógrafo de plaza se encuentra encarnado en algunos turistas que toman fotografías de los lugares que visitan situándose "delante de la postal", potenciando la "instancia testimonial" de haber estado en ese lugar tantas veces visto por otras "imágenes visuales concretas, tornadas presentes por anticipación al hecho" (Urry y Crawshaw, 1995). En este sentido, la intención puesta en la fotografía es la *referencia*, orden fundador de la fotografía para Barthes, ya que se trata de una operación localizada en el tiempo.

Según Jean Claude Passeron (Traversa, 2001), "el enunciado cuasi asertivo está en la mirada de quien observa la imagen y se confunde con el acto de interpretación que debe producir el observador al recibir la imagen para hacerla funcionar como tal". Si pensamos esto en relación con el origen de la fotografía, a mediados del siglo XIX, el dispositivo retoma las reglas de producción del retrato pintado, expresando, como afirma Traversa, "la voluntad de ejemplaridad". Tiene un resabio de eternidad que es exactamente lo que el turista encuentra como indispensable en su recorrido: que esas imágenes vistas queden retratadas en el tiempo, perpetuadas eternamente en el recuerdo, para él y para aquellos a los que necesita mostrar su experiencia, para demostrar lo vivido.

Es allí donde entra en juego la posibilidad de circulación de sentido de lo privado en la esfera pública. La posibilidad de fotografiar lo cotidiano hace nacer, como explica Eliseo Verón, "el deseo de construir, a través de la imagen, la saga familiar", lo mismo que se produce en diferentes circunstancias como la realización de un viaje. Lo que se querrá construir allí, para luego ser mostrada, es bien la historia familiar o la secuencia de lugares conocidos, paisajes nunca vistos o ilustrados por otras imágenes (pero esta vez personalmente).

Desde su nacimiento, el soporte fotográfico funciona en el cruce entre lo individual y lo social. Es así como se expresa el deseo de hacer público lo privado, ya que el soporte fotográfico, como bien

señala Verón, "permite representar aquello de comunitario que tiene lo privado". Y lo que lo hace apto para tratar los espacios de relaciones entre lo público y lo privado es el manejo de la temporalidad, el "haber estado allí" antes nombrado. Podríamos sintetizar que la relación que se establece entre lo público y lo privado en la fotografía turística se produce por dos características esenciales: por un lado, la temporalidad, demostración del "haber estado allí"; por otro, el pasaje de recuerdo a testimonio o a la descripción.

La memoria de los diferentes actores sociales que participan del turismo cumple un rol importante, la memoria en relación con las imágenes. Muchas de las fotografías que alguien quiere dar a conocer a sus allegados reproducen espacios expuestos anteriormente por empresas turísticas, programas televisivos, otras fotos de allegados... La lista puede ser larga. Es decir, lo que se quiere mostrar es "haber estado allí", en ese lugar conocido por muchos pero sólo con la vista, sin haberlo pisado. De este modo, el turista se convierte en protagonista elegido que puede ver "en vivo y en directo" lo que otros sólo conocieron por imágenes. Y es ese hecho el que no puede pasar desapercibido por sus allegados: que aquél pudo conocer ese lugar soñado, ese lugar histórico, ese lugar que ellos sólo conocen por imágenes. La fotografía viene a ayudar al turista, a apoyar su relato… ¿Para que pueda ser creído? Pareciera que el "ver para creer" juega en este espacio un papel importante.

La fotografía es entendida como dispositivo, es decir, como lugar de soporte de los desplazamientos enunciativos entre medio y técnica (Verón, 1996). Y a este dispositivo se ha sumado en la actualidad la posibilidad de tomar fotos digitales con cámaras o aparatos celulares, que no funcionarían ya como dispositivos sino como hiperdispositivos (Verón, 1996), entendiendo a estos como "aquellos que articulan de manera singular técnicas o medios (o variantes de alguno de ellos)" (Traversa, 2001). No obstante, y más allá de sus variantes, el dispositivo fotográfico fue y continúa siendo la forma elegida por el viajero de plasmar lo vivido.

En su trabajo, Sorlín se refiere a la imagen analógica como el "conjunto de representaciones provenientes de la fotografía", y describe características importantes de destacar en relación a la utilización que de ella realiza el turista:

- Reproducción a bajo costo: el viajante puede fotografiar un lugar y sacar varias copias del mismo negativo. En el caso de la cámara digital, la imagen puede difundirse sin tener ni siquiera en cuenta el costo del revelado.

- Captura del tiempo: el turista puede detenerlo, hacerlo regresar a su fuente o acelerarlo, reconstruyendo momentos de su viaje por medio de las imágenes tomadas.

Para el turista, pareciera que la palabra no alcanza o que la imagen viene a completar su discurso. Esa impronta de lo vivido es una apropiación personal del lugar y de un momento que, proyectado más allá de su captor, tiene como destino llevar al conocimiento de los otros su experiencia como observador y validarse como protagonista.

Bibliografía

- AUGÉ, M. *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Gedisa, Barcelona, 1998.
- BARTHES, R. "Rhétorique de l'image", en *Communications* Nº 4, Seuil, París, 1964.
_____ "Le message photographique", *Communications* Nº 1, Seuil, París, 1961.
- PEIRCE, Ch. S. "El ícono, el índice y el símbolo", traducción castellana de Sara Barrena, 2005. Disponible en http://www.unav.es/gep/IconoIndicesimbolo.html. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- SORLÍN, P. *El siglo de la imagen analógica. Los hijos de Nadar,* Biblioteca de la mirada, Buenos Aires, 2004.

- TRAVERSA, O. "Aproximaciones a la noción de dispositivo", en *Signo y Seña* Nº 12, revista del Instituto de Lingüística de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, 2001.
- URRY, J. y CRAWSHAW, C. "Turismo e consumo visual", en *Revista Crítica de Ciencias Sociais* Nº 43, revista del Centro de Estudios Sociales de la Facultad de Economía, Universidad de Coimbra, 1995.
- VERÓN, E. "De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía", en VEYRAT-MASSON, I. y DAYAN, D. (comps.), *Espacios públicos en imágenes*, Gedisa, Barcelona, 1996.

Periodismo 3.0: el ciudadano como periodista

Por Julieta G. Casini

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Ayudante en la cátedra "Teorías del Periodismo" de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Como investigadora, actualmente forma parte del Proyecto UBACyT "Imagen y/o representación visual: transformaciones, usos, interrogantes y discusiones sobre su presencia o desarrollo en la cultura contemporánea".

Internet no es un soporte más, es el fin del periodismo tal como lo conocimos (...).
La prensa no ha comenzado un nuevo capítulo en su historia,
más bien ha iniciado otra historia bajo el régimen de Internet.
Jean-Francois Fogel y Brumo Patino (2005).

Periodismo on-line: desafíos, cambios y oportunidades

Históricamente, la introducción de nuevas tecnologías coloca al periodismo en situación de revisión y alerta, de cambios en las rutinas productivas y en el mismo rol del periodista; también presiona sobre la industria mediática y sobre la categoría de noticia y, por supuesto, sobre la sociedad en general. Ante las posibilidades que brinda el desarrollo de la tecnología digital y el satélite, el campo de la comunicación se ha visto alterado, tanto cualitativa como cuantitativamente. Producto de la instantaneidad de la información, se han instalado cambios en el modo de informar, de ofrecer la publicidad, en el mercado en general (ventas e intercambios de bienes y servicios por Internet) y en las diversas formas de comunicación intersocial, como chats, correos, etc., en cuyos espacios aparece el problema de la recepción de mensajes no deseados o spams, con los que se puede interactuar o simplemente desechar (conductas que no son equiparables a lo que se puede hacer con los mensajes que se reciben desde los medios convencionales, donde el público, en todo caso, sólo puede optar por el zapping, el apagado de los aparatos, el desistimiento de comprar ciertas publicaciones gráficas o por seleccionar aún más en los sumarios que éstas ofrecen).

También se registran cambios en la percepción de los públicos, que se hace hipertextual, instantánea y se reviste de una velocidad que transforma los hábitos y competencias de quienes, por ejemplo, siguen siendo usuarios preferenciales de la televisión. El surgimiento de Internet, específica y brevemente, ha dado lugar a una multiplicidad de discusiones y nuevos fenómenos discursivos, jurídicos y sociales presentes, día a día, en las redacciones y en los ámbitos políticos, legales y científicos. Desde nuestro campo específico, se plantean interrogantes como: ¿Por qué enseñar periodismo? Los periódicos y las noticias impresas, ¿no están condenados a la desa-

parición o a constituirse en soportes extraños o elitistas? Y en tal sentido, ¿qué destrezas debe tener hoy un periodista? Algunas de estas preguntas se incluyen en el artículo de Jeff Jarvis[1] (2007), publicado en su weblog *Buzzmachine* (2007). Por su parte, la periodista del diario *La Nación* Juana Libedinsky (2007) se interroga si acaso hay que decir "adiós al papel"; mientras que Robert Kuttner[2] (2007) se pregunta qué diarios tienen más posibilidades de sobrevivir, y por qué es importante su supervivencia.

Más allá de la discusión y las evaluaciones futuristas (a corto plazo, seguramente en el periodismo), toda reflexión acerca del periodismo digital debe reconocer que la actividad y sus productos se han enfrentado a una mayor cantidad y calidad de cambios en la última década que en los más o menos 150 años de historia que tiene el periodismo moderno. Esto quiere decir que a pesar de las constantes, comunes y habituales predicciones y profecías sobre el futuro del periodismo, ya en este momento la profesión está atravesando una etapa de inflexión. Cambios en las rutinas productivas y en la concepción de noticia -tanto en su significado en relación con la temporalidad y el acontecimiento, como con las expectativas y necesidades de la sociedad hacia quien se dirige- son situaciones que articulan necesariamente con las renovadas lógicas del mercado empresarial y las mismas condiciones de trabajo. Y si bien los periodistas se aferran a la defensa de sus fuentes de trabajo tal como existen hoy en día, desde la aparición del denominado periodista multimediático -el que ha de adecuar su discurso y su rutina de producción a los diversos soportes (Klinenberg, 2000)-, hasta el *aggiornamiento* del ritmo del trabajo por las posibilidades de Internet como fuente, el acceso y la transmisión de la información en vivo, el hecho que ha de hacerse noticia en pocos minutos y que los ciudadanos comunes operan en ciertos casos como fuente de información y de opinión, entre varios otros fenómenos que marcan la construcción de la noticia, se trata sin lugar a dudas de un momento de interrogantes y redefiniciones que no parece, sin embargo, demasiado discutido ni asumido.

El avance de la prensa *on-line* reavivó el debate sobre el futuro de los medios y específicamente de la prensa gráfica. Mientras algunos auguran un final cercano para los diarios en papel, otros proyectan que seguirán existiendo pero con otro formato: ediciones más caras, con menor circulación y más personalizadas (Libedinsky, 2007; Kuttner, 2007). Independientemente de la postura que se asuma, hay datos que identifican una realidad diferente a la existente hace unos 10 ó 15 años: la caída de lectores de diarios, las nuevas generaciones más cercanas a la pantallas que al papel, el éxito de los diarios gratuitos[3], el surgimiento y fuerte posicionamiento de los weblogs[4], blogs o bitácoras[5], fenómenos como *Google, Wikipedia* y *YouTube* y la migración de la publicidad del papel a otros medios audiovisuales.

En la última reunión de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa), realizada en Cartagena en marzo de 2007, se hizo hincapié en el desafío digital como el más grande para quienes son protagonistas de la era de Gutenberg e intentan adaptarse a la de *Google*; un desafío "de continuidad, supervivencia y credibilidad, en medio de un alud de blogs[6], y*outubes*, *myspaces*, noticias por celular, podcasts. La asistencia de Bill Gates, quien anunció varias veces la desaparición de la prensa escrita, es significativa como el encuentro de dos mundos que, día a día, se vuelven uno solo" (*El Tiempo*, 17/03/2007). En esta línea, muchos analistas señalan que "en una década, la versión en papel de los diarios jugará un rol menos importante en la estructura periodística de la prensa" (Libedinsky, 2007).

Frente a este escenario, no se puede dejar de discutir la calidad y la índole de la información que circula por tantos soportes, y las expectativas y necesidades de información socialmente necesaria de

1 Profesor Asociado y Director del Programa en Periodismo Interactivo de la City University of New Yok, columnista sobre nuevos medios en *The Guardian* y autor del weblog sobre medios y noticias *BuzzMachine*.
2 Co-editor de *The American Prospect* y columnista de *The Boston Globe*. También fue periodista de *BusinessWeek* y *The Washington Post*.
3 El pionero es *Metro*, que surgió en Suecia, en 1999, con una distribución gratuita en el subte de Estocolomo. Doce años después, los diarios gratuitos ya son 169 y alcanzan una tirada de 330 millones de copias en 40 países (Libedinsky, 2007).
4 "Página web hecha de bloques de texto o entradas, usualmente cortos, frecuentemente actualizados, que están arreglados en orden cronológico inverso. El contenido y propósito varía ampliamente, desde diarios personales hasta las noticias periodísticas de comunidad y grupos de discusión (...), y permiten a los participantes juntar múltiples roles simultáneamente: editor, comentarista, moderador, escritor, documentalista" (Bowman y Willis, 2005).
5 Según el término en español.
6 "Si bien las cronologías y el vértigo de la historia del ciberespacio no son propicias para las precisiones, se ha convenido que fue en abril de 1997 cuando Dave Winer publicó la primera entrada de *Scripting News*, considerado por muchos *bloggers* precisamente como el primer *weblog*. La paternidad también la reclama Jorn Barger, un programador que asegura que fue él quien inventó el término '*Weblog*', en diciembre de 1997. En rigor, y para la gran masa de usuarios, fue a partir de 2003 cuando los *blogs* irrumpieron en oleadas, y en eso fue deci-

la que hablara Herbert Schiller (1996). De la misma manera, en el citado encuentro de la SIP se hizo hincapié en otras amenazas que no se relacionan con la era digital sino con la libertad de prensa, y que remiten a las situaciones que imperan en países de América Latina, como Colombia o México, donde "esos mundos" conviven con la impunidad en los crímenes contra periodistas, así como con agresiones o restricciones judiciales contra medios informativos.

Aun en este contexto, Internet parece ser un medio más "democrático" o más libre, no sólo por su velocidad y versatilidad sino porque permite la producción de información específicamente web por parte de cualquier ciudadano con acceso al soporte. En consecuencia, representa tanto un novedoso espacio para informar o comentar la realidad, como una nueva audiencia de consumidores gratuitos y activos o consumidores-productores. Esta percepción no desconoce las profundas brechas socioeconómicas que afectan tanto el acceso a Internet como la invisibilidad de los sectores más postergados en la información (Ford, 1999). De la misma manera, el término democrático está entre comillas ya que hay que reconocer la emergencia de weblogs que forman parte de campañas de marketing de algunas empresas. "Ha habido varios casos en 2006 de blogs falsos, también conocidos como *flogs*. Iniciativas que se hacían pasar por ciudadanas se han develado como maniobras de relaciones públicas para mejorar la imagen (...). Mc Donald´s, Wal-Mart y Sony han sido víctimas de sí mismos y de unos terceros desengañados" (Mirandes, 2007).

Si bien a lo largo de la historia de los medios la aparición de una nueva tecnología de la información ha provocado grandes debates sobre la supervivencia del medio precedente, o de los medios ya instalados o conocidos (cine, radio, televisión, etc.), ahora nos hallamos frente a un fenómeno diferente, en la medida en que afectaría al soporte con el que tradicionalmente se identifica al periodismo, la prensa gráfica. La situación exige un debate necesario sobre la situación actual y el rumbo que tomará el periodismo y los medios de comunicación en general. Lo particular en este caso es que la aparición de las nuevas tecnologías (no sólo de Internet, sino también de teléfonos celulares, cámaras digitales, software de publicación, etc.) causa un impacto muy fuerte en la definición misma de la profesión. Y las preguntas se acumulan: ¿Los bloggers son periodistas? "Alguien con un teléfono celular con cámara fotográfica en el lugar y momento preciso, que sea testigo de un evento increíble, ¿puede hacer el trabajo de un periodista?"[7] (McLeary, 2007).

Más allá de las discusiones sobre qué es hacer periodismo, o cuáles son las características que definen esta práctica, hoy en día los principales medios impresos mundiales tienen versiones *on-line* que, lejos de ser una réplica de sus ediciones en papel, han ido adquiriendo identidad propia hasta convertirse en productos singulares, con contenidos, lectores y características productivas y discursivas propias. Autores como Juan Varela[8] (2005) sostienen que Internet construye un mundo en donde la audiencia decide qué es importante, qué es noticia y qué no. Esto es posible ya que los usuarios se informan a partir de una amplia diversidad de medios: radio, televisión, prensa gráfica, diarios *online*, diarios gratuitos y weblogs[9]. En este sentido, y frente a la posibilidad que ofrece la tecnología de que cualquier persona que cuente con herramientas de publicación y conexión pueda transformarse en productor de noticias, uno de los principales desafíos para el periodismo es no perder la potestad sobre la producción y difusión de información (incluso, aunque para algunos fanáticos digitales ya la perdió).

A esto se suma, como afirma Varela, que "la explosión de la información gratuita -en la Red, en la prensa gratuita, etc.- convence a la audiencia de que no es necesario pagar para informarse". Sin

sivo *Google*, el buscador gigante, que volvió fácil la hechura de las páginas personales" (Clarín 27/04/2007).

7 Los signos de interrogación son míos.

8 Es Director de Mediathink Consultores, S.L. Periodista y consultor, autor del *weblog* sobre periodismo y medios *Periodistas 21*, http://periodistas21.blogspot.com, por el que recibió el premio *The Bobs-Deutsche Welle* al mejor weblog periodístico en español 2004.

9 Aquí también hay que agregar la comunicación cara a cara y a través de formatos no periodísticos, es decir, de la ficción. En nuestro país, por ejemplo, la novela "Montecristo", emitida por *Telefé* indagó en el derecho a la identidad y la expropiación de bebés durante la dictadura militar. Marcos Suárez, hijo de desaparecidos el 10 de diciembre de 1976, se reconoció en una foto de un bebé que la cámara tomaba en primer plano, en una escena que transcurría en la sede de Abuelas de Plaza de Mayo. Esto sucedió curiosamente el mismo día en que Marcos fue a hacerse los análisis de ADN para comprobar su identidad. "Claro que más allá de esta casualidad temporal, el reconocimiento a través de una foto aparecida en 'Montecristo' forma parte de una estrategia implementada por Abuelas. La organización intenta capitalizar la buena audiencia del programa, que es uno de los dos ciclos más vistos en lo que va del año, para informar a la sociedad sobre su incesante búsqueda. En tal sentido, la telenovela suele mechar en su trama distintas imágenes de los nietos buscados por la institución que encabeza Estela de Carlotto, como forma de difusión" (Respighi, 2006).

duda, uno de los fenómenos gratuitos más grandes en Internet es el de la música, un mercado en el que el precio de la oferta *on-line* se aproxima a cero (basta recordar el golpe que produjo en la industria discográfica el fenómeno *Napster*[10]). Tal situación provoca que una de las preocupaciones de los grandes grupos mediáticos con presencia en la Red sea qué modelo de negocio les permitirá generar ganancias económicas. Al referirse a esta cuestión, Luis Albornoz[11] (2006, 2007) indica que hasta el momento, y sólo con algunas excepciones, la gran mayoría de las cabeceras digitales no es rentable. En general, las empresas se iniciaron ofreciendo contenidos y servicios en forma gratuita y utilizaron el recurso ya probado en otros sectores: el de la venta de espacios publicitarios (*banners*, *pop-ups*, *pop-unders* e *intersititials*[12]). Aunque también destaca que algunos diarios de prestigio internacional, como *The Wall Street Journal*, *The New York Times*, *Le Monde*, *El Mundo* y *El País*, optaron por la modalidad de acceso pago (ya sea en forma parcial o total[13]), aunque es claro –y en esto coinciden diversos autores–, que la fuerte competencia de información gratuita en Internet es un factor inhibidor para imponer el pago a los usuarios. Así, y producto de estudiar lo que sucede con seis diarios *on-line* de habla hispana, *ElMundo.es*, *ElPaís.es*, *ABC.es* (España), *Clarin.com y LaNacion.com* (Argentina) y *Reforma.com* (México), Albornoz afirma que actualmente coexisten diferentes modelos de financiación de publicaciones *on-line*: acceso arancelado -parcial o total-, publicidad, tiendas virtuales, avisos clasificados, venta de contenidos y comercio electrónico, entre otras. Y concluye: "Lejos de encontrarnos ante un escenario maduro, en el cual los distintos agentes han definido exitosos modelos de negocio, la investigación reveló que el debate acerca de cómo ganar o, al menos, no perder dinero a partir de la presencia de una cabecera en la Red está en estado de ebullición".

Periodismo participativo o ciudadano

A partir del surgimiento de Internet, y de diversas herramientas digitales de publicación, aparece el concepto de *periodismo participativo* o *periodismo ciudadano*. Quienes utilizan esta denominación lo definen como la posibilidad que tiene un ciudadano de jugar un rol activo en la producción y difusión de noticias (Bowan y Willis, 2005; Varela, 2005; Cerezo y Zafra, 2003; McLeary, 2007). Varela lo llama *Periodismo 3.0* y explica que es "la socialización de la información periodística" y "la tercera versión del ciberperiodismo o periodismo digital". Según este autor, ya hemos pasado por tres etapas: *Periodismo 1.0*, que conllevó el traspaso de contenido de medios tradicionales a la red; *Periodismo 2.0*, que supuso la creación de contenido en y para la red con el uso de la hipertextualidad, interactividad, multimedia, etc.; y *Periodismo 3.0*, que generó una conversación virtual "en la que los participantes intervienen en el propio mensaje".

El periodismo ciudadano tiene su antecedente en el *periodismo cívico* (*public journalism*), término acuñado a partir del filósofo John Dewey y difundido en Estados Unidos por Jay Rosen. Tal como señalan Mar de Fontcuberta y Hector Borrat[14] (2006), "a pesar de que buscan la participación de los lectores, hay diferencias entre el periodismo cívico y el participativo. Shayne Bowman y Chris Willis explican que el primero se desarrolló a principios de los 90 y buscó la participación de los lectores y las comunidades por medio de sesiones de grupo (*focus group*), encuestas y consultas a los lectores sobre sus reacciones ante las noticias publicadas. La mayoría de los proyectos se centraron en la cobertura de las elecciones, aunque más tarde se abrieron a otros temas públicos como el racismo o el crimen. Sin embargo, los medios ejercían un fuerte control sobre el desarrollo del proceso, situación que no ocurre en el periodismo participativo".

10 Este programa de intercambio de archivos permitió la distribución libre de música. La industria discográfica demandó a *Napster* por sus derechos de copyright y logró cerrar el sitio por "piratear discos". Luego aparecería *Apple* y su *I tunes*.
11 Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UBA y Doctor por la Universidad Complutense de Madrid. Su tesis Doctoral -defendida en abril de 2005-, aborda los contenidos, servicios, lenguajes, áreas de participación de lectores y modelos de negocio de los grandes diarios iberoamericanos.
12 "Desde hace varios años los precursores *banners* o rótulos -recuadros de diversos tamaños que contienen textos y/o imágenes- conviven con formas de publicidad *online* más intrusivas, como los *pop ups*, los *pops unders* -ventanas que se abren al ingresar a un sitio, por encima o por debajo de la página web solicitada- o los *intersititials* -páginas que se superponen a la solicitada, interrumpiendo la navegación- (García, en Albornoz, 2006).
13 La modalidad de pago es variada. *The New York Times*, por ejemplo, ofrece sus contenidos generales en forma gratuita, con publicidad en sus páginas, con el registro obligatorio de usuarios y un paquete *premium* (es decir que se puede acceder a través del pago de un abono mensual). En junio de 2005, *ELPaís.com* dejó el modelo pago, aunque actualmente, por ejemplo, para acceder desde la página web a la edición impresa hay que suscribirse.
14 Fontcuberta es Doctora en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona; Borrat es Doctor en Derecho y Ciencias Sociales por la Universidad de la República y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona.

Si bien el periodismo participativo o ciudadano se manifiesta en diferentes publicaciones o formatos discursivos (que detallaremos más adelante), son los weblogs los que mayor impacto tienen en los medios tradicionales. Tal es así que estos últimos se vieron obligados a redefinir su oferta informativa y de servicios, no sólo en el sentido de tener que lanzar una versión digital sino, precisamente, porque estas publicaciones debían ofrecer un plus al contenido informativo que habitualmente acercaban a sus lectores en las ediciones en papel. De esta manera, la mayoría de los investigadores reconstruye la influencia de Internet teniendo en cuenta la repercusión que este medio tuvo en la difusión de los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, el 11 de marzo de 2004 en Madrid y el 7 de julio de 2005 en Londres.

Sin duda, los weblogs que tuvieron mayor repercusión y se transformaron en fuentes alternativas a los medios masivos convencionales fueron aquellos que surgieron frente a la emergencia de acontecimientos de trascendencia mundial. Jean-Francois Fogel y Bruno Patiño (2005) señalan que, en contra de lo que comúnmente se creería, en el caso de la destrucción de las torres del World Trade Center "Internet no estaba a la altura de un acontecimiento global". Es decir, no pudo responder a la demanda de información que se generó frente a un hecho de repercusión mundial. Por lo tanto, si bien los *warlogs* fueron una de las alternativas de mayor difusión a los medios tradicionales, hay unanimidad en señalar a los atentados en Londres como el punto de desarrollo máximo del nuevo medio.

Luego la situación va cambiando. El 11 de marzo de 2004, fecha de los atentados en la estación de Atocha, los sitios europeos batieron sus récords de audiencia. Según estos autores, los editores de los grandes medios entendieron que debían responder con un contenido no sólo a nivel textual sino que aprovechara todos los recursos que brinda Internet: imágenes, páginas en otros puntos de la Red, participación del público, etc. Pero fue recién en julio de 2005, con los atentados en Londres, cuando cayó la frontera entre los periodistas y su audiencia. En la cobertura de este hecho, el mayor productor de información fue el público. Fogel y Patiño citan a Helen Boaden, directora informativa de la *BBC*, quien señaló: "Algunos minutos después de la primera explosión recibimos las primeras imágenes del público. En menos de una hora teníamos 50". Varela, por su parte, señala que a diferencia de los medios españoles los británicos no dejaron a los ciudadanos al margen; por el contrario, "hicieron un llamamiento a los ciudadanos para que cuenten sus historias, envíen fotos y videos desde sus teléfonos móviles a la *BBC*, *The Guardian* o *The Times*".

Las víctimas que sobrevivieron a los atentados utilizaron las cámaras de sus teléfonos celulares para alimentar un periodismo de ciudadanos que nutriría el acceso a la información del planeta entero. En el sitio de la *BBC* los testimonios fueron ensamblados a la manera de un rompecabezas de imágenes y de palabras que cubría la ciudad capital, y que los sitios del mundo entero también reprodujeron. La *BBC* y la *MSNBC.com* ofrecieron a las personas que hicieron los aportes más pertinentes un espacio, a modo de diario íntimo *on-line*, con el fin de que publicaran sus testimonios de supervivencia: los cuidados que recibieron, las reacciones de su entorno, sus impresiones. Más allá de la utilización de testimonios tomados de Internet, "las cadenas de televisión de la *BBC*, *ITV* y *Skynews* difundieron videos caseros o improvisados y diarios como *The Daily Mail* y *The Guardian* reprodujeron fotografías tomadas de la Red" (Fogel y Patiño, 2005). Así, en los sitios de los grandes medios aparecieron gráficos, foros, mapas, videos y chats que trascendieron el contenido ofrecido hasta el momento, compuesto sólo de textos y fotos.

En nuestro país, si bien no registramos un fenómeno similar[15] en cuanto a la publicación de información por parte del público, la participación de los

15 Cabe aclarar que en general, y por la imprevisibilidad que caracteriza a estos hechos, en las catástrofes los medios tradicionales suelen utilizar imágenes tomadas por aficionados, lo que sucedió, por ejemplo, en los atentados a la Embajada de Israel.

ciudadanos en la información, comentario e ilustración de diversas situaciones que afectan la vida cotidiana se va incrementando. Puede citarse como ejemplo lo que sucedió con las inundaciones en la provincia de Santa Fe, ampliamente reflejadas en el sitio *YouTube*. Tal fue la repercusión de estos registros que *Clarin.com* se hizo eco del fenómeno: "El drama vivido a raíz del temporal en Santa Fe se vio reflejado en el popular portal de videos *YouTube*. Allí, decenas de usuarios subieron imágenes de lo ocurrido en sus casas y sus barrios" (*Clarín.com*, 3/04/2007)[16]. En esta línea, *Ellitoral.com*, sitio web del diario santafesino *El Litoral*, ofreció un especial de 116 fotografías enviadas por sus lectores. Así, bajo el título "Inundación 2007. Por nuestros lectores", se publicaron imágenes acompañadas de un epígrafe y con la firma de quienes las había enviado: "Barrio Lourdes Santo Tomé, Foto: Andrea Barrone" o "Barrio Belgrano, Pasaje Marsengo al 7100. Foto: Familia Quiroga". Algo similar sucedió con las elecciones porteñas de junio pasado, que también se "disputaron" en *YouTube*. Como afirmaba por ese entonces la periodista Silvana Avellaneda (2007): "La 'cyberpropaganda' ya apareció en el sitio de videos gratuito que más ha crecido en los últimos tiempos: *YouTube* (...) Allí ya pueden verse videos de Mauricio Macri, de Jorge Telerman y de Daniel Filmus en diferentes momentos de su batalla electoral: discursos, encuentros con vecinos, clips de programas de tevé y alguna situación más pintoresca".

Al resumir las claves del periodismo ciudadano o Periodismo 3.0, Varela menciona tres puntos centrales:

- el cambio de poder de los medios a la audiencia.
- la pérdida de la soberanía, o el "control exclusivo" de los contenidos por parte de los periodistas.
- el desafío que implica a la objetividad periodística.

De estos puntos, el tercero es crucial para entender el cambio que se produce, dado que la objetividad fue uno de los pilares sobre los que se fundó el periodismo. Como señala este autor, "pensadores como Walter Lippmann sostenían que la clave estaba en la verificación de los hechos y por eso el periodismo no debía ser practicado por 'testigos accidentales no entrenados (…) Pedían que la objetividad no fuera el fin, sino el método". Tras esta reflexión, Varela destaca que la crisis de credibilidad ("la verificación no es una disciplina que se practica con eficiencia por los reporteros"), las malas condiciones del mercado laboral, la codicia de los editores y el sacrificio de la información por el sensacionalismo son las causas que impulsan el periodismo ciudadano. En consecuencia, entre las hipótesis sobre las razones del éxito de los weblogs se encuentra la caída de credibilidad de la prensa tradicional, que se articula con la crisis de representación política y la expansión de conflictos políticos, religiosos, étnicos e interculturales que los Estados no logran ordenar ni resolver. Para Varela, "el público no se fía de la autoridad y la imparcialidad de la prensa y sus primeras víctimas han sido políticos y periodistas".

Por su parte, Michael Smith (s/f), del Media Management Center de la Universidad de Northwestern, Estados Unidos, destaca las declaraciones del fundador de *Oh My News*[17], Oh Yeon Ho, y advierte que dada su visión de la objetividad éstas podrían irritar a los periodistas tradicionales. En una entrevista de la *Japan Media Review,* Oh Yeon Ho señaló: "Nosotros publicamos todo y que la gente juzgue por sí misma. Así, no sólo rompemos con el concepto de 'quiénes son los reporteros', sino también la fórmula de 'se supone que los reporteros son *bla bla bla*'. Para nosotros cada ciudadano es un periodista y los ciudadanos no tienen experiencia en escribir artículos, así que ¿cómo pueden hacerlo? Sólo se comunican a su manera". Cabe recordar que este diario digital surcoreano, nacido en 2000, revolucionó la industria periodística y fue uno de los primeros sitios web en donde las noticias eran redactadas por los ciudadanos que las enviaban. Aunque cualquier ciudadano puede ser perio-

16 Imágenes disponibles en http://www.YouTube.com/watch?v=ekb551m7WDg; http://www.YouTube.com/watch?v=qRZS_elDORA; http://www.YouTube.com/watch?v=ZUP-dn17zx8.
17 www.ohmynews.com y http://english.ohmynews.com.

dista de *OhMyNews*, los interesados deben enviar sus datos personales, el medio los chequea y a partir de allí se les pide que firmen un compromiso con su código de ética. Dado su gran éxito, este diario *on-line*, que comenzó como una publicación nacional, ahora tiene su versión internacional (en inglés) para la que colaboran cientos de "reporteros" de todo el mundo.

Varios analistas hacen referencia al Periodismo 3.0 como actor político y social (Varela, 2005; Martínez Mahugo, 2006). "El periodismo ciudadano es aquel que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características esenciales son formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana" (Meso, 2005; en Martínez Mahugo, 2006). Es decir, este tipo de periodismo promueve la participación y acción ciudadanas y los formatos en que esta participación se hace efectiva no se limitan a la publicación de weblogs, también hay grupos de noticias (*newsgroups*), foros de discusión[18], salas de *chat*[19], sistemas de edición colaborativa[20] y aplicaciones punto a punto[21], como los mensajes instantáneos.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que en esta estructura la mayoría de los weblogs u otros formatos de publicación digital están al límite entre la información y la opinión. Por esta razón, a pesar de ser un defensor del periodismo ciudadano, Varela advierte que "no toda la blogosfera es tan activista y política". Aquí es donde se ubican precisamente los weblogs personales, los mensajes de texto, las salas de chat, etc., espacios de generación y publicación de información en los que muchos no ven una nueva forma de hacer periodismo. Como señala Juan Zafra (2006), es conveniente diferenciar "los blogs de la prensa digital, y los blogs informativos y diarios en Internet de 'particulares inquietos' dedicados a relatar sus experiencias personales". Por lo tanto, en la gran red podemos diferenciar los weblogs publicados por periodistas de aquellos realizados por aficionados. Y, dentro de estos últimos, los que corresponden a ciudadanos interesados en cumplir el rol del denominado "ciudadano periodista" de los que son utilizados para compartir experiencias, pasatiempos y conectarse con quienes comparten los mismos intereses (jardinería, tenis, golf o viajes). Frente a esta gran y variada oferta resulta difícil encontrar una sola definición sobre lo que constituye periodismo ciudadano o participativo.

¿El fin de la prensa gráfica?

Hoy en día, la mayoría de las publicaciones *online* de los grandes medios tienen weblogs, foros de discusión, servicios de *podcasting*[22] y otros recursos para conectarse con sus lectores. En el plano nacional, las versiones *online* de los medios de referencia como *Clarín.com*[23] y *LANACION·com* son los sitios que más explotan las posibilidades que brinda el nuevo medio. Así, entre otros servicios y contenidos, ofrecen: weblogs*, podcasting*, encuestas, informes multimedia, comercio electrónico y foros. Un punto interesante que detalla Sergio Martínez Mahugo (2006) es que la incorporación de estos blogs provoca cambios en géneros tradicionales: "La columna de opinión tradicional se convierte en un foro de discusión en el que el columnista aporta el primer comentario y la credibilidad necesaria al artículo, pero que después deja el paso libre a los lectores para que sean ellos lo que desarrollen el tema con sus comentarios". Esta observación vale para el caso de *Clarín.com*, que publica más de 20 weblogs a cargo de varios profesionales del Grupo, como Miguel Wiñazki, Daniel Fernández Canedo u Oscar Cardoso que escriben, comentan, opinan e informan con un estilo más coloquial o descontracturado y, tal vez, hasta más libre que en la versión en papel. Aunque también hay *blogs* publicados por no periodistas, como sucede con el espacio de

18 Los grupos de discusión son las primeras formas de participación en la web. Según Bowman y Willis (2005), "los participantes pueden promover un grupo de discusión para responder preguntas de soporte técnico, intercambiar consejos, discutir sobre su equipo deportivo o sobre el cuidado de la salud".

19 "Cafés virtuales o sitios frecuentados por jóvenes con discusión en vivo y sin filtros" (Bowman y Willis, 2005).

20 Una aproximación a la edición colaborativa es el modelo wiki, "usada para escribir, discutir, almacenar, enviar correo electrónico y colaborar" (Bowman y Willis, 2005).

21 "Peer to peer", en inglés. Son aplicaciones que se usan en Internet para intercambiar archivos digitales con otros "directamente o a través de un servidor mediador". Tal es el caso de la mensajería instantánea (IM, en inglés) y los mensajes de texto (SMS, en inglés). Y distribución punto a punto: Kazaa o morpheus (Bowman y Willis, 2005).

22 Un *podcast* es un archivo de audio digital que se sube a Internet para que otras personas puedan bajarlo y escuchar su contenido. En el caso de los medios, en general contienen un programa de radio o informativo.

23 Ver al respecto el artículo de Mariano Amartino, "Weblogs: el último 'boom' de Internet desembarca en los medios argentinos", publicado en *Clarin.com* el 10 de febrero de 2003. Disponible en http://weblogs.clarin.com/conexiones/archives/000004.html.

Gillespi o con *Mundo Locutorio*, a cargo de dos antropólogas… Y la lista sigue.

Si bien para Bowman y Willis, "los futurólogos de medios han pronosticado que para el año 2021 los ciudadanos producirán colaborativamente el 50 por ciento de las noticias", aún no sabemos si esta profecía se cumplirá. Por ahora, lo cierto es que el desarrollo del Periodismo 3.0 o periodismo participativo no marca el fin del periodismo realizado por periodistas, esto es, de aquel que realizan profesionales que trabajan con rutinas productivas donde prima la verificación de la información, el contraste de fuentes, el chequeo de datos, etc. Sin embargo, es indudable que la emergencia tanto de los weblogs como de Internet, específicamente, transformó las rutinas productivas, la relación entre lectores y editores y llevó a los medios tradicionales a explorar otras formas de ofrecer contenidos y servicios.

Las razones fundamentales de este fenómeno residen en tres de las características que presenta la gran red: hipertextualidad, inmediatez e interactividad. Esta última resulta clave, ya que "el modo pasivo y unidireccional de consumo de los medios tradicionales es reemplazado por el concepto de usuario activo, que busca contenidos, explora y navega info-espacios" (Orihuela, en Martínez Mahugo, 2006). Según esta opinión, la tecnología digital rompería con el concepto de comunicación de masas tradicional o *broadcasting* y, en consecuencia, obligaría a los medios a adaptarse. Pero hoy hay un punto central y es que el modelo de negocio se ve modificado y los grandes grupos se ven en la necesidad de replantear sus estrategias de posicionamiento. La lectura de diarios en papel está estancada o en decadencia en todo el mundo, aunque esta tendencia no es tan llamativa en el caso de los denominados países en desarrollo. Según el artículo de Libedinsky, los números muestran un "panorama complejo y variante". Citando un informe de la WAN (Asociación Mundial de Diarios), la periodista señala que "a nivel mundial, la difusión creció un 9.95% entre los años 2000 y 2005, pero hay que tener en cuenta que en ese período la circulación de los diarios gratuitos se duplicó. Sólo en el último año el crecimiento de los periódicos fue del 2.36%. En la Argentina, en los últimos diez años, la tendencia fue decreciente: según datos del IVC, la circulación de *Clarín* cayó cerca del 30 % y la de *La Nación* el 7 % (aunque hay que considerar la crisis económica generada a partir de 2001)". De este modo, el escenario en que se desempeña la prensa gráfica muestra una caída en los lectores y una caída en la inversión publicitaria, y si bien ante la irrupción de los nuevos medios las grandes empresas se vieron obligadas a volcarse hacia la gran red para este soporte aún no hay un modelo de negocios claro. En consecuencia, "la práctica de prueba y error sigue siendo la más extendida entre los medios llamados convencionales" (Cerezo y Zafra, 2006).

Frente a los interrogantes que se plantean, por el momento parece que coexistirán los dos sistemas. Así lo confirma Kuttner, al señalar que los periódicos tienen un futuro brillante como híbrido digital y papel, "aunque es mejor que se apuren". Con una postura alentadora en torno a la supervivencia de los medios tradicionales, este autor señala que "el mejor material en Internet proviene de los sitios web administrados por organizaciones impresas". Frente a la hiperinformación con la que se encuentra cualquier individuo al ingresar a la red, las grandes empresas periodísticas, o los periodistas reconocidos, son garantía de veracidad y legitimidad informativa. En este sentido, Fontcuberta y Borrat también plantean que "la experiencia nos demuestra que las sucesivas visiones apocalípticas sobre la aparición de un medio y la consiguiente desaparición de otro no se produjeron, o por lo menos lo hicieron de forma menos dramática a lo pronosticado. Lo más sensato es pensar que las dos versiones van a coexistir por bastante tiempo y que la tarea prioritaria es planificar los escenarios de dicha

coexistencia". Aún así, Kuttner también agrega que "cerca de 2020, si las actuales tendencias persisten, la mitad de los ingresos de los diarios y la mayoría de sus lectores será vía Internet"; pronóstico similar al que diera el propietario y editor de *The New York Times*, Arthur Sulzberger, quien afirmó que para dentro de cinco años "el diario en papel podría simplemente no existir más" (Libedinsky, 2007).

Para confirmar esta dirección, y frente a la dificultad que supone la obtención de ganancias -uno de los problemas que enfrentaron y/o enfrentan frecuentemente las publicaciones *on-line*-, aparecen casos exitosos como el de *Le Monde Interactif*. Como afirma Bruno Patiño[24], en el artículo de Libedinsky, "el diario papel *Le Monde* está en una situación económica frágil, pero mantiene su papel de diario de referencia. La versión *on-line* se volvió un sitio web de referencia que, por el contrario, está ganando mucho dinero, tanto como para que, en el presupuesto 2007, alcance para cubrir las pérdidas del diario papel". Otros especialistas consultados por esta periodista, como Philip Meyer[25] y Arthur Sulzberger, también coinciden en que en la próxima década seguirá existiendo el papel, pero en una versión de menor circulación, más cara y personalizada.

En esta misma nota, Meyer señala: "Los diarios más exitosos serán los que se diferencien con notas de opinión y análisis, y crónicas o puntos de vista personales escritos con investigación y plumas de claridad". Una tendencia similar a la sugerida por Jon Lee Anderson[26] quien aseguró, durante un encuentro organizado en marzo de 2007 por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) que dirige Gabriel García Márquez, que "el periodismo narrativo es la salvación de la prensa escrita" (*La Nación*, 19/03/2007), y coincidente con la apreciación de Tomás Eloy Martínez, para quien "las buenas plumas" serán la alternativa de los diarios impresos frente a la fuerza perdida por la aparición de los Nuevos Medios (Martínez, 2001).

De cara a estos cambios surgen otras preguntas: el concepto de noticia, ¿seguirá siendo el mismo? ¿Qué sucede con el establecimiento de agenda? ¿Acaso el periodismo volverá a su forma "opinionista" anterior? Y ante el interrogante de si los bloggers independientes son periodistas surge la pregunta opuesta: "Cuando los medios comienzan sus weblogs oficiales con columnistas propios, o contratando a bloggers (…), el debate en la blogosfera se convierte en: ¿Es eso *blogging*?" (Orihuela, en Martínez Mahugo, 2006). Otro tema es el del periodismo que usa también el *blog* como soporte para su práctica. Siguiendo con los casos nacionales, hay varios ejemplos de periodistas que tienen sus propios weblogs: Laura Ubfal (laura.tv.com.ar), Darío Gallo (blocdeperiodista.com), Luis Majul (luismajul.com), Jorge Lanata (jorgelanata.com.ar), Eduardo Fabregat (eduardofabregat.blogspot.com), entre muchos otros.

Frente a este escenario, ¿qué será de la prensa y de la prensa *on-line*? Retomando la afirmación de los franceses Fogel y Patiño, "la prensa no ha comenzado un nuevo capítulo en su historia, más bien ha iniciado otra historia bajo el régimen de Internet". Es decir, la llamada revolución digital transformó el periodismo, "la redacción de los diarios, la forma de trabajar de los redactores, la distribución, el reparto de ingresos, los talleres, etc." (Cerezo y Zafra, 2006). Y a esta gran red debemos agregar también teléfonos celulares, satélites, conexiones inalámbricas, computadoras personales, cámaras digitales, entre otros desarrollos, puesto que no sólo es la computadora el soporte privilegiado por la revolución digital. Por el contrario, los grandes medios y las empresas de telefonía también ofrecen servicios informativos a los usuarios, de allí que una hipótesis posible es que en el futuro el "periodismo *on-line*" tendrá como lugar privilegiado a los teléfonos celulares u otros soportes similares, portátiles e inalámbricos.

Como apunta Pablo Boczkowski (2006), "los desarrollos de alternativas de difusión no impresas

24 *Le monde interactif*.
25 Autor de *The Vanishing Newspaper: saving journalism in the information age* (University of Missouri Press, 2004).
26 Periodista y escritor de *The New Yorker*.

no han sido para los periódicos un simple cambio tecnológico para las personas involucradas, sino una transformación cultural fundamental (...). No sólo en términos de cultura material, sino también en el terreno editorial y de trabajo". En la primera etapa de digitalización de los diarios (como se suele denominar a la etapa en que los medios impresos "subían" su contenido a la web) muchos periodistas del mundo de papel veían con recelo al nuevo medio, y hasta se negaban a considerarlo periodismo. Pero hoy ningún periodista puede dejar de reconocer a Internet como un espacio periodístico válido. En palabras de Bowman y Willis, "lo que está emergiendo es un nuevo ecosistema de medios, donde las comunidades en línea discuten y amplían las historias creadas por los medios tradicionales. Estas comunidades también producen periodismo participativo, reportería local, innovadora, comentarios y verificación de hechos que los medios tradicionales aprovechan como fuentes e ideas para hacer historias". En el ámbito nacional, un ejemplo de este modo de hacer periodismo es *Pensamientos despeinados*, www.despeinados.com, un weblog a cargo de estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional del Comahue que se destacó en la blogosfera por su cobertura sobre la situación de la provincia de Neuquén, específicamente a raíz de la muerte del docente Carlos Fuentealba.

Según el editor de *Salon.com*, Scott Rosenberg (en Bowan y Willis, 2005), "debería ser obvio que los weblogs no son competencia para el trabajo profesional de los periodistas establecidos sino un complemento. Si los profesionales son criticados por ser cautelosos, impersonales, corporativos y gregarios, los bloggers son lo opuesto, casi en cada aspecto: son imprudentes, íntimos, originales y también gregarios". Esta afirmación remite a una discusión que suele presentarse en numerosos artículos: si los blogs son o no periodismo, y si los weblogs publicados en los sitios web de los grandes medios son verdaderos blogs. Al referirse a esta cuestión, Juan Manuel Zafra (2006) señala que "los blogs no deben confundirse con el periodismo y estamos a un paso de que así sea". Por su parte, el periodista Jorge Lanata, en una entrevista que le hicieron en el programa de televisión "Nexos en red", que se emite por Canal 7, señaló que su sitio no es un weblog, ya que no es sólo él quien publica, sino que cuenta con un staff de colaboradores. Como se ve, también es discutible la categoría de blog, más si se tiene en cuenta que su sitio no tiene la estructura característica de estos espacios, esto es, la publicación cronológica.

Al referirse a los sitios temáticos publicados por expertos (a veces por académicos o investigadores), Kuttner propone el término *crogs* (*Carefully-Research Weblogs*)[27] puesto que "no son exactamente blogs ni exactamente periodismo". En el marco de los debates sobre qué es hacer periodismo, este autor cita a Bill Kovach y Tom Rosenstiel, para quienes "la disciplina de verificación es lo que separa al periodismo del entretenimiento, propaganda, ficción o arte", y agrega: "Si los diarios hacen su trabajo, la próxima generación aún leerá diarios *on-line*". Como se indicó anteriormente, la irrupción de las nuevas tecnologías, incluido el desarrollo del periodismo participativo, no marca el fin del periodismo hecho por periodistas, aunque sí un fuerte cambio en sus estructuras y rutinas. Aquí cabe tener en cuenta que la tendencia señalada por la WAN sobre la caída de la lectura de prensa en papel no es tan abrupta en los países en desarrollo. Como todo fenómeno social, los cambios producidos por el desarrollo de las prensa *on-line* deben ser analizados teniendo en cuenta los contextos en los que emerge y se desarrolla.

Contexto

Tal como se señaló, la caída de lectores de la prensa en papel es realmente significativa en los países del primer mundo, pero no así en nuestros

27 Kuttner cita como ejemplo el sitio de Dean Baker (sobre cómo la prensa cubre economía) y el de Juan Cole (sobre asuntos de Medio Oriente), entre otros.

países del tercer y cuarto mundo. La mayoría de los artículos publicados sobre el impacto de Internet refiere a los efectos del avance de este medio en los países desarrollados. La contextualización de las afirmaciones e interrogantes de los analistas y gurúes de los nuevos medios es altamente significativa: en estos países las brechas infocomunicacionales de las que habla Aníbal Ford (1999, 2005) son mucho menores que las que afectan a nuestras latitudes; al menos, si no nos detenemos en la situación de las decenas de miles de ciudadanos "de segunda", los inmigrantes y los sin papeles residentes en Europa y en los Estados Unidos. Sin embargo, globalización de la tecnología mediante, es notable y fuerte el impacto de la expansión de Internet aun en nuestro medio, de modo más que asimétrico. Siguiendo a Ford (1999), se puede plantear que en muchos casos las transformaciones a las que se hicieron referencia "afectan u operan en zonas sociales restringidas, pero su influencia es grande pues están relacionadas con procesos básicos de la historia contemporánea como lo son el desarrollo del capitalismo financiero, de la sociedad de la vigilancia y aun de algunos problemas graves de la sociedad contemporánea. Es decir, por sus efectos transversales o expansivos e indirectos (...). En síntesis, no por abarcar núcleos pequeños y diferenciados, éstas dejan de tener una influencia decisiva en la estructuración social".

A la hora de estudiar las características de los medios en los países de América Latina, o de habla hispana, no hay que perder de vista los factores que influyen en su producción y desarrollo. Los factores socioeconómico, histórico cultural y tecnológico repercuten en los contenidos, servicios y condiciones de acceso social de las principales cabeceras digitales de los grandes grupos mediáticos. En este sentido, Albornoz señala que "el escaso poder adquisitivo de amplios sectores de las poblaciones hispanoparlantes, fruto éste de una alta concentración de la riqueza, condiciona directamente el gasto familiar en información y ocio". Por otro lado, "las bajas tasas de lectura en general y de la prensa en particular, unidas a la expansión experimentada por el audiovisual en las últimas décadas, han contribuido directamente a que en la gran mayoría de los países de lengua española el índice de difusión de la prensa diaria impresa se sitúe muy por debajo de los cien ejemplares por cada mil habitantes". Por último, el factor tecnológico, "al margen de la escasa penetración de la red Internet en las poblaciones de haba hispana, y el escaso ancho de banda con que se conectan a ésta los parques domésticos de ordenadores, atenta contra la presencia en los diarios *on-line* de contenidos informativos audiovisuales y multimedia"[28]. En síntesis, a la hora de analizar las repercusiones de las nuevas tecnologías en la sociedad hay que tener en cuenta tanto la posibilidad de acceso a las nuevas tecnologías como los usos, costumbres y necesidades que caracterizan a la información en nuestras comunidades.

Si bien las llamadas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son herramientas fundamentales para el crecimiento de América Latina, su penetración y adopción real está lejos de alcanzar el nivel de los países desarrollados. Como indica Simone Cecchini (2005), "durante la década de los 90, el acceso a las TICs ha tenido un crecimiento exponencial y hoy América Latina y el Caribe es la región en vías de desarrollo que presenta los mejores índices de acceso a teléfonos fijos y móviles, Internet y computadores personales, aunque se mantenga rezagada respecto a los países desarrollados. Sin embargo, los porcentajes de cobertura están muy lejos del acceso universal"[29]. Siguiendo a este autor, una de las características centrales de los países en desarrollo es su marcada brecha digital interna, la cual "no es determinada únicamente por los distintos niveles de ingreso de las personas, sino también por sus diferentes grados de educación y por su residencia en áreas geográficas con desigual presencia de infraestructura de TICs. Además, la brecha digital interna

28 En el *ranking* mundial de conexiones fijas por banda ancha EE.UU. tiene 49 millones; China, 37; Japón, 22; Corea del Sur y Alemania, 12; Reino Unido y Francia, 9; Italia, 7; Canadá, 6; España, 5; Taiwán y Holanda, 4; Brasil, 3; México, Australia, Bélgica, Suecia y Suiza, 2, y Hong Kong y Turquía, 1. (*EFE*, 03/12/2006).

29 Un dato a tener en cuenta en nuestra región es la instalación de *Google* en Buenos Aires, cuyas oficinas constituyen "la tercera base de operaciones a nivel mundial desde la cual administrará todos sus negocios de América Latina y algunos de España" (*La Nación*, 12/04/ 2007).

se caracteriza por dimensiones de género, edad y etnia, ya que éstas muestran en muchos casos correlación con pobreza, bajos niveles de educación o -en el caso de los indígenas- residencia en áreas rurales con poca infraestructura TICs".

Por otro lado, según el informe dado a conocer por Technorati[30] en abril de 2007, la blogósfera cuenta con 71 millones de *blogs* y por día se crean en el mundo cerca de 120.000 nuevos weblogs. De estos números, y en términos de idioma, el japonés lidera la lista con un 37%, seguido del inglés en un 36%, mientras que el español representa sólo el 3%. Estos datos ratifican la afirmación de Javier Nadal (2007) para quien "el español sigue teniendo muy poca relevancia en Internet. En este sentido, somos más demandantes que oferentes de producción lingüística en la Red y la participación en la *blogósfera* (*blogs*) es relativamente muy escasa".

Preguntas abiertas

Como se señaló anteriormente, los nuevos dispositivos tecnológicos producen cambios en la producción, distribución y consumo de información que incluyen transformaciones en los géneros y formatos discursivos, tanto en el campo de la escritura como de la imagen. Por el momento, preguntas como ¿cuál es el futuro del papel?, ¿dejará de existir la prensa gráfica?, ¿se fusionarán las redacciones *on-line* y las de papel? o ¿los bloggers son periodistas? no tienen respuestas cerradas. Lo que sí se puede aventurar es que la tendencia a la reconfiguración en el campo periodístico se evidencia en todos los soportes, aunque con mayor impacto en la prensa gráfica. También está claro que las escuelas de comunicación y/o periodismo deben ampliar y actualizar sus planes de estudio con miras a cubrir las nuevas necesidades que requiere el desarrollo de la profesión periodística. A esto se suma que el impacto de la revolución digital no sólo se produce en el campo de los medios, sino también a "nivel cognitivo, afectivo y de comportamiento" de la sociedad en general, puesto que "las mismas tecnologías que se utilizan para la comunicación se emplean para trabajar, para aprendar y para divertirse" (Siri, 1999).

Para cerrar, y considerando aspectos que van más allá del crecimiento exponencial de los weblogs, la discusión no tiene que perder de vista la especificidad de la profesión periodística ni el rol que debe jugar el periodismo en la sociedad. Es decir, cuáles son las marcas que diferencian a un periodista de un ciudadano común, las consecuencias del trabajo periodístico y la compleja relación entre la prensa y el público. ¿Disponemos de información realmente de interés y al servicio del público? ¿La información es espacio de inclusión social? ¿Hay una conciencia real y un consenso social sobre qué es lo que debe hacer el periodismo hoy en día y para la democracia? ¿Cómo están implicados los medios en nuestra percepción del tiempo, espacio, memoria e identidad? En pocas palabras, desde nuestro campo de estudio es indispensable pensar el trabajo del periodista -cualquiera sea el soporte- dentro de un contexto social e histórico, centrándonos en tópicos como la obligación y la responsabilidad de los medios hacia la sociedad, la relación entre la prensa y la teoría y la práctica democrática, y las ramificaciones sociales de las nuevas tecnologías y sus nuevas estructuras económicas.

Bibliografía

- ALBORNOZ, L. *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. La Crujía, Buenos Aires, 2007.
- _____ "Diarios digitales y modelos de negocios. Una difícil rentabilidad", en: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* Nº 2, Vol. VIII, mayo-agosto de 2006.

30 Technorati, www.technorati-.com, es un buscador especializado en *blogs* o "Live web", como lo definen sus responsables. Por este motivo, es reconocido por sus informes sobre el "Estado de la Blogoósfera", que analizan trimestralmente las tendencias en blogs y blogging.

- AVELLANEDA, S. "La campaña porteña ya llegó al sitio de videos más popular de Internet", en *Clarín*, sección El País, 21 de marzo de 2007.
- BOCZKOWSKI, P. *Digitalizar las noticias*, Manantial, Buenos Aires, 2006.
- BOWAN, S. y WILLIS, C. "Nosotros, el medio", en *The Media Center at the American Press Institute,* 2005. Disponible en español en http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- CECCHINI, S. "Oportunidades digitales, equidad y pobreza en América Latina: ¿Qué podemos aprender de la evidencia empírica?", en: *Serie Estudios estadísticos y prospectivos* Nº 40, CEPAL, diciembre de 2005. Disponible en: http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/7/24287/P24287.xml&xsl=/deype/tpl/p9f.xsl&base=/deype/tpl/top-bottom.xslt. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- CEREZO, J. M. y ZAFRA, J. M. "The newspaper industry", en *The Economist*, 24 de agosto de 2006.
- _____ "El impacto de Internet en la prensa", en *Cuadernos /Sociedad de la Información* 3, Fundación Auna, Madrid, 2003.
- *Clarín*, sección Sociedad, "Cada día se 'suben' 120 mil nuevos *blogs* a Internet", 27 de abril de 2007.
- _____, sección Sociedad, "El dolor por las inundaciones también se siente en Internet", 3 de abril de 2007. Disponible en http://www.clarin.com/diario/2007/04/03/um/m-01393127.htm. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- *Clarin.com*, "Los accesos residenciales a Internet aumentaron un 11,4 % durante el 2006", 15 de marzo de 2007. Disponible en http://www.clarin.com/diario/2007/03/15/um/m-01381011.htm. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- *EFE*, "La población mundial se digitaliza y abandona los medios tradicionales", en *20minutos.es*, 3 de diciembre de 2006. Disponible en http://www.20minutos.es/noticia/179108/0/digitales/audiencia/medios. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- *El Tiempo*, "La SIP en Cartagena", 17 de marzo de 2007.
- FOGEL, J. F. y PATINO, B. *Une presse sans Gutenberg*, Grasset, París, 2005.
- FONTCUBERTA, M. de y BORRAT, H. *Periódicos: sistemas complejos, narradores e interacción*, La Crujía, Buenos Aires, 2006.
- FORD, A. *Resto del mundo. Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales*, Norma, Buenos Aires, 2005.
- _____ "Procesados por otros. Diferencias infocomunicacionales y sociocultura contemporánea", conferencia brindada en el seminario internacional de Comunicación-Educación "Experiencias, desarrollos teóricos, metodológicos, investigativos", Universidad Central de Bogotá, Colombia, octubre de 1999.
- JARVIS, J. "Guardian Column: Teaching Journalism", en *BuzzMachine*, 5 de marzo de 2007. Disponible en http://www.buzzmachine.com/2007/03/05/journalism/. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- KLINENBERG, E. "Los periodistas 'multiusos'del Chicago Tribune", en *saladeprensa.org* Nº 21, Vol. 2, julio de 2000. Disponible en http://www.saladeprensa.org/art142.htm. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- KUTTNER, R. "The Race", en: *Columbia Journalism Review*. Columbia University, New York, marzo-abril 2007. Disponible en http://www.cjr.org/issues/2007/2/Kuttner.asp. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- *La Nación*, "Google inicia su actividad en la Argentina", 12 de abril de 2007. Disponible en http://www.lanacion.com.ar/899539. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- *La Nación* (Paraguay), "Denuncian 'alarmantes fallas' en el respeto a la libertad de prensa", 19 de marzo de 2007. Disponible en http://www.lana-

cion.com.py/noticias.php?not=155365. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- LIBEDINSKY, Juana. "¿Adiós al papel?: los diarios ante el desafío digital", en *La Nación*, suplemento Enfoques, 25 de febrero de 2007. Disponible en http://www.lanacion.com.ar/archivo/nota.asp?nota_id=886315&origen=acumulado&acumulado_id=. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- MARTÍNEZ MAHUGO, S. "La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales", en *Actas del VII Congreso Nacional de Periodismo Digital*, Huesca, marzo de 2006.
- MARTÍNEZ, T. E. "El periodismo vuelve a contar historias", en *La Nación*, 21 de noviembre de 2001. Disponible en http://www.lanacion.com.ar/215253. Fecha de consulta: marzo de 2008 .
- MCLEARY, P. "Who's A Journalist? ZZZZZZZZZZZZZ", en: *Columbia Journalims Review*, Columbia University, New York, 9/03/2007. Disponible en http://www.cjrdaily.org/behind_the_news/whos_a_journalist_zzzzzzzzzzzz.php. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- MIRANDES, N. "Marcas versus blogs falsos", en: *Comunicar.info*, 7/05/2007. Disponible en http://www.comunicar.info/Nota.asp?1,21,10185. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- NADAL, J. "La lengua de Cervantes en la Sociedad de la Información", *Revista Telos Segunda Época* Nº 71. Fundación Telefónica, Madrid, abril-junio de 2007. Disponible en http://www.campusred.net/telos/editorial.asp?rev=71
- RESPIGHI, E. "Una foto en 'Montecristo", en *Página 12*, sección El País, 24 de noviembre de 2006. Disponible en http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-73490-2006-09-24.html. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- SMITH, M. "Once-feared, the Internet is becoming the newspaper's best friend", en The Media Management Center, Northwestern University, Evanston, s/f. Disponible en http://www.mediamanagementcenter.org/updates/mainstory.asp
- SIRI, L. "El trabajo periodístico ante las nuevas Tecnologías", ponencia presentada en las II Jornadas de Ciencias de la Comunicación, Buenos Aires, noviembre de 1999.
- VARELA, J. "Periodismo 3.0, la socialización de la información", en: *Revista Telos*. *Segunda Época* Nº 65. Fundación Telefónica, Madrid, octubre-diciembre de 2005. Disponible en http://www.campusred.net/TELOS/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- SCHILLER, H. *Information Inequality,* Routledge, New York, 1996.
- ZAFRA, J. M. *La blogósfera hispana*, Fundación Orange, Madrid, 2006.

Apuntes para la reflexión sobre el concepto de identidad

Por Ana Capuano, Patricia Lucilli y Lina Szwarc

Ana María Capuano: docente de Técnicas de Investigación Social en la carrera de Ciencia Política de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, maestranda en Metodología de la Investigación Social, Università degli Studi di Bologna (Representación de Buenos Aires) y Universidad Nacional de Tres de Febrero, e integra el grupo de investigadores en el Observatorio de Jóvenes del Instituto Gino Germani (UBA).

Patricia Lucilli: docente de Técnicas de Investigación Social en la carrera de Ciencia Política de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, doctoranda en Ciencias Sociales (UBA) y maestranda en Metodología de la Investigación Social, Università degli Studi di Bologna (Representación de Buenos Aires) y Universidad Nacional de Tres de Febrero.

Lina Szwarc: licenciada en Sociología (con especialización en temática laboral) por la Universidad de Buenos Aires, becaria de investigación en la Universidad Nacional de Tres de Febrero y maestranda en Metodología de la Investigación Social, Università degli Studi di Bologna (Representación de Buenos Aires) y Universidad Nacional de Tres de Febrero.

En las reflexiones que siguen procuraremos analizar el concepto de *identidad* a partir de las distintas perspectivas y disciplinas que han hecho su aporte al respecto. En tal sentido, este trabajo[1] constituye un recorte –seguramente arbitrario– del universo bibliográfico en torno a la temática, y por ello se presenta sólo como una primera aproximación, en la cual, de seguro, un sinnúmero de autores y textos estarán injustamente ausentes.

Se intentarán identificar las principales definiciones –explícitas o tácitas–, entendiendo que la construcción de los *conceptos* no nace solamente de la relación de conocimiento entre la realidad y quien intenta conocerla sino, también, del "diálogo" que aquello comporta al interior de la comunidad académica. En esa dirección recordamos las palabras de Thomas S. Kuhn (1962): "La observación y la experiencia pueden y deben delimitar drásticamente la gama de las creencias científicas admisibles o, de lo contrario, no habría ciencia. Pero, por sí solas, no pueden determinar un cuerpo particular de tales creencias. Un elemento aparentemente arbitrario, compuesto de incidentes personales e históricos, es siempre uno de los ingredientes de formación de las creencias sostenidas por una comunidad científica dada en un momento determinado".

En este punto, es conveniente precisar a qué nos referimos cuando hablamos de "concepto". Para esto, tomamos de Robert Merton (1964) su afirmación acerca de que "el concepto es la definición de lo que debe observarse", es decir, lo que prescribe las variables entre las cuales debemos encontrar relaciones empíricas u observables. Para este autor, el análisis conceptual cumple tres funciones: por un lado, tornar explícito el carácter de los datos subsumidos en un concepto, a fin de evitar que resultados empíricos espurios se expresen en ellos; por otro, permitir al investigador reflexionar y reconocer de qué forma un concepto define la situación observada y sus percepciones sobre ella, de modo que siempre se enfrenta a una situación pre

1 Este artículo se elaboró en el marco del proyecto de investigación "Condiciones de vida e integración de migrantes bolivianos en el área metropolitana de Buenos Aires en los años noventa", dirigido por el Dr. Juan I. Piovani y radicado en la Universidad Nacional de Tres de Febrero (2004-2006).

conceptualizada que es necesario revisar; por último, establecer indicadores observables de los datos sociales que se busca relevar, lo cual se problematiza cuando esos datos responden a una entidad inobservable o simbólica.

En nuestro caso, el análisis se ceñirá a reconocer algunas definiciones conceptuales en tanto aserciones acerca de lo que ellas significan o dicen, lo que nos permitirá realizar un trabajo de campo habiéndonos preguntado por el universo conceptual con el que interpelamos a los actores. De este modo, nuestro ejercicio implica asumir que, a diferencia de lo que planteaba el inductivismo, la observación depende de la teoría, tal como afirmaba Alan Chalmers (1988) al intentar demostrar el error de lo que llamaba el "inductivismo ingenuo", aquel que supone que la ciencia comienza con la observación en tanto ésta proporcionaría una base segura a partir de la cual se puede derivar el conocimiento. Por el contrario, para este autor, "los enunciados observacionales se hacen siempre en el lenguaje de alguna teoría y serán tan precisos como lo sea el marco conceptual o teórico que utilicen". De allí, pues, la importancia del análisis conceptual.

Algunas de las diferentes teorías sobre la Identidad

Si bien parece haber acuerdo entre diversas vertientes intelectuales sobre la imposibilidad de definir a la identidad de forma esencialista, el acuerdo sólo parece llegar hasta allí. Una vez inmersos en la lectura sobre las definiciones de este concepto, rápidamente nos damos cuenta de las diferentes representaciones operantes. Tal como señala Anette A. del Rey Roa (1998), la historia de este concepto pasa de perspectivas marcadas por el psicologismo a otras acentuadamente históricas. Las primeras ponen el acento en los procesos de individuación, dejando de ser la cultura el referente básico de los individuos, y reflejando en ocasiones una actitud volitiva de aquellos ante el proceso de producción de identidades; las segundas, en tanto, establecen una superdeterminación de la estructura sobre el individuo.

La razón por la que afloran las diferencias podría relacionarse con el origen disciplinar, pero quizás también con la especificidad misma de un concepto que, desde el comienzo, presenta un dilema. Como explica Lupicino Iñiguez (2001), "la identidad es, por encima de todo, un dilema. Un dilema entre la singularidad de uno/a mismo/a y la similitud con nuestros congéneres, entre la especificidad de la propia persona y la semejanza con los/as otros, entre las peculiaridades de nuestra forma de ser o sentir y la homogeneidad del comportamiento, entre lo uno y lo múltiple". Y agrega: "Pero la identidad es también un constructo relativo al contexto sociohistórico en el que se produce, un constructo problemático en su conceptualización y de muy difícil aprehensión desde nuestras diferentes formas de teorizar la realidad social. (…) Por eso, aunque partimos del supuesto de que incluso la identidad individual es social, en tanto surge de su consideración en el contexto de las relaciones e intercambios con los demás, vale la pena aclarar que con el mismo término se suele hacer referencia tanto a la identidad individual como a la identidad colectiva en tanto experiencia de lo grupal, del 'nosotros'".

De todos modos, podemos ver cómo las diferencias disciplinares presentan cierta correspondencia con las planteadas en términos conceptuales. En este sentido, Iñiguez identifica tres ramas conceptuales-disciplinares en torno a la comprensión de la identidad:

1) Las perspectivas psicológicas, entre las que se encuentran las versiones *biologicistas*, cuyos máximos exponentes pueden ser Hans Jürgen Eysenk y Glenn Wilson, las *internalistas*, cuyo mejor representante probablemente sea el psicoanálisis, las *fenomenológicas* y las *narrativas*.

2) El aporte de la psicología social convencional con la *Teoría de la Identidad Social* de Henri Tajfel.

3) Las nuevas teorías psico-sociales, entre las que coloca al *interaccionismo simbólico* de George Herbert Mead, la *micro sociología* de Erving Goffman y la *constitución socio histórica* de los seres humanos.

Dentro de la primera rama, las versiones *biologicistas* postulan que el *cuerpo* explica a la identidad, en tanto fundamento causal no sólo de la configuración de la identidad sino de la experiencia individual de ser persona. A estas perspectivas, sin embargo, se le ha criticado no tener en cuenta la propiedad más destacada de los seres humanos, a saber, el lenguaje como herramienta simbólica de interpretación de nosotros mismos y de los demás y el mecanismo esencial en la construcción de la cultura. Las versiones *internalistas*, en cambio, colocan en un presunto *interior* de la persona las causas de su comportamiento y de su experiencia, ya que la personalidad y su historia se asentarían en una determinada estructura interna del individuo.

Las versiones *fenomenológicas*, por su parte, unifican a la identidad con la idea de *conciencia* del mundo y de nosotros mismos, por ello la descripción de aquello que nos pasa –a través del lenguaje– constituye para esta línea la esencia misma de la identidad. Las versiones *narrativas*, por último, parten de la base de que es a través del lenguaje que podemos interpretar aquello que somos, generar una cierta imagen de nosotros mismos y de los demás y comunicarla, comportando connotaciones y valoraciones sociales que resultan de los procesos sociales que las generan, y que a su vez vuelven a incidir sobre lo que seremos, de modo que somos y actuamos de acuerdo a lo que narramos sobre nosotros mismos.

En la segunda rama, la psicología social convencional, a través del aporte de Tajfel, define a la identidad social como la conciencia que tenemos las personas de pertenecer a un grupo o categoría social, unido a la valoración de dicha pertenencia. Esta valoración se fundamenta en dos procesos complementarios: la *comparación* y la *competición* sociales. En el primer caso, los diferentes grupos se comparan simbólicamente entre sí, en términos de valoración positiva o negativa, y compiten para ello por los recursos simbólicos. De esto resulta una identidad social positiva o negativa, como así también los comportamientos tendientes a restaurar la valoración positiva cuando está en duda o es negativa, como sucede, por ejemplo, con las estrategias de cambio y movilidad social. Por otro lado, cuando se habla de pertenencia como parte de la interacción social, se comprende la aparición tanto de comportamientos diferenciadores y favorecedores al propio grupo como de aquellos perjudiciales al grupo opuesto.

En tanto, la competición social, en el contexto de la teoría de Tajfel, complementada por John Turner, tiene un doble aspecto: la *competición instrumental* y la *competición social*. En el primer caso, los grupos pugnan por alcanzar una meta material que sólo uno puede conseguir; en el segundo, cada grupo trata de mantener una diferencia respecto a los otros en una dimensión valorada positivamente por consenso social. Es decir, no se trata de lograr un valor absoluto, sino una diferencia de signo positivo a favor del propio grupo (Muñoz, 2001). La teoría de Tajfel supone el concepto de *categorización*, que permite entender de qué forma se construye la identidad, y a través de qué mecanismo simbólico se diferencia al "nosotros" del "ellos", y la *Teoría de la Acentuación*. Según esta última, se suelen acentuar o exagerar las diferencias percibidas entre las clases, al tiempo que se minimizan las diferencias percibidas entre los estímulos que pertenezcan a una misma clase o categoría. Para este autor, las consecuencias extremas de la categorización redundarían en comportamientos discriminatorios.

En el marco de lo que Iñiguez designa como tercer grupo teórico, vemos que para el interaccionismo simbólico de Mead la identidad no pre-existe a

las relaciones sociales, sino que surge a medida que aquellas se desarrollan. Partiendo de la noción de espejo, en la que los otros reflejan las imágenes que nosotros damos, tanto las respuestas que las otras personas ofrecen a nuestro comportamiento como nuestro comportamiento hacia nosotros mismos y hacia los demás son parte del proceso constitutivo de la identidad. Se evidencia, así, la importancia que asume en la teoría de Mead el aspecto relacional, al sostener que no podemos ser nosotros mismos a menos que seamos también miembros de un grupo o una comunidad, pues es a partir de la interiorización de actitudes y valores de la comunidad que se construye la persona. Pero los grupos en los que el individuo puede participar son múltiples y de allí su identidad compleja, siendo el grupo más amplio el constituido por la comunidad de lenguaje (Garay, 2002).

Para Goffman, en tanto, la identidad surge de una negociación que tiene lugar cuando interactuamos, pero que es resultante al mismo tiempo de la estructura social que envuelve a dicha interacción. De este modo, la forma que adoptará la identidad estará condicionada contextualmente pero no en sí misma, siendo ella la resultante de las múltiples formas de negociación que los actores realicen en un determinado medio. Para este sociólogo, las personas representan dos roles, el de actor-actriz que genera impresiones y el de personaje que evocará la actuación. Tal como se comprende en el siguiente pasaje: "Concebimos el sí mismo representado como un tipo de imagen, por lo general estimable, que el individuo intenta efectivamente que le atribuyan los demás cuando está en escena y actúa conforme a un personaje (...) Una escena correctamente montada y representada conduce al auditorio a atribuir un 'sí mismo' al personaje representado; pero esta atribución -este sí mismo- es un producto de la escena representada y no una causa de ella, es un efecto dramático que surge difusamente en la escena representada y el problema característico es saber si se le dará o no crédito" (Goffman, 1959). En este sentido, podemos derivar que para Goffman, al igual que para Mead, la identidad surge de la interacción social, con la diferencia que mientras para Mead existe una distinción entre el "mí", como dador de la forma estructural y convencional, y el "yo", como la reacción novedosa del individuo frente a la comunidad, para Goffman todo está allí, en la misma interacción.

Sin embargo, Goffman (1963) distingue a la identidad personal de la identidad social. Por la primera entiende fundamentalmente a la idea de *unicidad*, es decir, a la posibilidad de distinguir a una persona de todas las demás. Esto es posible merced a dos fuentes de información: por un lado, a partir de una "marca positiva" única o "soporte de la identidad", como sucede, por ejemplo, con la imagen fotográfica o la ubicación especial dentro de una determinada red de parentesco; por otro, dicha persona puede ser distinguida del resto a partir de lo que el autor denomina la combinación única de los ítems de la historia vital de la cual se deduce el complejo de información ligado con el nombre o el cuerpo. Se observa, pues, que descarta enfáticamente la presencia de una esencia del ser de la persona.

Respecto de la identidad social, Goffman señala que "la sociedad establece los medios para categorizar a las personas y el complemento de atributos que se perciben como corrientes y naturales en los miembros de cada una de esas categorías. (...) Por consiguiente, es probable que al encontrarnos frente a un extraño las primeras apariencias nos permitan prever en qué categoría se halla y cuáles son sus atributos, es decir, su identidad social". Dichas anticipaciones son transformadas en expectativas normativas y demandas acerca de su conducta, lo que al autor le permite distinguir entre la identidad social "real" (la categoría y atributos que de hecho le pertenecen a una persona) y la identidad social "virtual" (basada en los supuestos que se han concebido sobre dicha persona). El estigma,

entendido básicamente como un atributo desacreditador, representa para este autor uno de los ejemplos de discrepancia entre la identidad social virtual y la real.

Las normas relativas a la identidad social pertenecen, para Goffman, a las clases de repertorio de *rol* o perfiles que puede sustentar cualquier individuo. De lo anterior se desprende que desde el punto de vista de la personalidad individual la unicidad totalizadora de la línea vital se encuentra en marcado contraste con la multiplicidad de yoes que se descubren en el individuo desde la perspectiva del rol social propia de la identidad social, donde se pueden sostener y manejar yoes diferentes y, hasta cierto punto, pretender que ya no se es algo que se ha sido.

Asimismo, Goffman considera la relación entre la identificación personal y la social al explicar que para construir la identificación personal de un individuo recurrimos a aspectos de su identidad social, del mismo modo que el poder identificar a un individuo personalmente nos brinda un recurso memorístico para organizar y consolidar la información vinculada con su identidad social, proceso que puede alterar sutilmente el significado de las características sociales que le atribuimos. Más adelante, concluye que el concepto de identidad social le ha permitido analizar la estigmatización, y el concepto de identidad personal el papel del control de la información en el manejo del estigma. Como parte de ese control de la información se presentan los esfuerzos de las personas estigmatizadas para manejar la situación, esfuerzos tendientes al encubrimiento o al descubrimiento del estigma.

Para Goffman, la identidad del yo es, en primer lugar, una cuestión subjetiva, reflexiva, que debe ser experimentada por el individuo, y es evidente que dicho individuo construye una imagen de sí a partir de los mismos elementos con que los demás construyen su identificación personal y social. El individuo adquiere estándares de identidad que también aplica a sí mismo, recibe información de diferentes grupos sociales que incluyen una "política de la identidad" promotora de determinada identidad "correcta" del yo, y es a partir de allí que puede "alinearse" o no grupalmente.

Respecto de la última perspectiva, según los autores que han estudiado la constitución socio histórica de nuestra experiencia de persona la identidad es relativamente moderna. Como sostiene Norbert Elias (Muñoz, 2001), "en la praxis social de la Antigüedad clásica la identidad grupal del ser humano particular, su identidad como nosotros, vosotros y ellos, todavía desempeñaba, comparada con la identidad como yo, un papel demasiado importante para que pudiera surgir la necesidad de un término universal que representara al ser humano particular como una criatura casi desprovista de grupo social". Al mismo tiempo, la antropología muestra que aunque en todas las culturas aparece un concepto de *self*, la forma en que se conceptualiza varía enormemente, es decir que la identidad personal y grupal y su significatividad no son universales sino que varían en tiempo y lugar. Esto viene a demostrar que nuestra identidad no existe independientemente de la sociedad y la historia que la construyen.

La identidad y el interrogante acerca de la relación entre el individuo y el grupo

Habiendo transitado someramente algunos de los distintos aportes realizados sobre el análisis de la identidad, no hacemos más que confirmar la complejidad del concepto, lo que nos lleva a preguntarnos si acaso el dilema planteado por Iñiguez no se origine en ese delicado juego de ajuste entre la identidad individual y la grupal, lo cual remite a dos dimensiones del concepto: la que hace foco en "lo mismo" y aquella que lo hace en "lo diferente". De este modo, vemos que cuando se atiende la primera de estas dimensiones los análisis se refieren a as-

pectos como la pertenencia, el grupo, el contexto y la herencia, mientras que cuando la atención se concentra en "lo diferente" se consideran aspectos como la identidad individual, la competencia, el cambio en el tiempo y la función diferenciadora. Esto último se pone de manifiesto cuando surge la pregunta por la función que cumple la identidad. Por ejemplo, para Joan Costa (Rojas de Rojas, 2004) el fin último de la noción de identidad es diferenciar, puesto que supone la idea de verdad, de autenticidad, en tanto "identidad" significa sobre todo "idéntico a sí mismo". Sin embargo, al no poder separar al ser humano del grupo, aquel es poseedor de una identidad cultural compartida cuya función, aunque diferenciadora respecto de otras culturas, es, al mismo tiempo, identificadora respecto a los otros individuos del grupo de pertenencia. La síntesis de ambas dimensiones es explicada del siguiente modo por Greville Janner y Antoni Colom (Rojas de Rojas, 2004): identidad es "la salvaguarda de la unidad de la 'mismidad diferente'", en medio de los inevitables cambios biográficos o socioculturales…". Y, en concordancia, Iñiguez sostiene que la identidad es tanto "una identificación con quienes nos rodean como una diferenciación estricta respecto de ellos y ellas".

Siguiendo a Pedro Morandé (Guerrero Jiménez, 1992), esta dualidad se origina en dos tradiciones filosóficas cuyo quiebre se produce con la Ilustración: antes de ella la identidad se definía por la pertenencia y la participación, a partir de ella, y con los escritos de Hegel, pasó a ser comprendida a partir de la diferencia. En esta sintonía, algunos vaticinan que la continuación del proceso de secularización, junto al avance de la globalización y la comunicación instantánea, tenderá a incrementar la fragmentación de particularismos frente a la creciente interrelación de todos los habitantes del planeta, lo que reforzaría en consecuencia el costado diferenciador por sobre el identificador o igualador (Friedler, 2005).

Por otro lado, a la tensión entre la identidad colectiva de antaño y la tendencia a la fragmentación identitaria moderna se suma, como sostiene Zygmunt Bauman (2005), el hecho de que mientras en el pasado reciente "la" comunidad por excelencia era la Nación, en los últimos tiempos ésta parece haber entrado en crisis para ser reemplazada por frágiles colectivos virtuales, en tanto el Estado ya no tiene ganas de mantener su matrimonio con ella. Sin embargo, para este autor lo nacional continúa siendo en la actualidad un ingrediente destacado –aunque no suficiente– en la constitución de la identidad de las personas, tal como puede comprobarse cuando se le niega a alguien su nacionalidad a partir de una expulsión forzosa. Por ello, la identidad nacional mantiene su derecho de monopolio y sólo tolera otras identidades en tanto y en cuanto éstas no sean sospechosas de colisionar con la lealtad nacional.

Los cambios analizados por Bauman dan cuenta de que la pertenencia y la identidad "no están talladas en la roca, (…) no están protegidas de por vida, (…) son eminentemente negociables y revocables". Para este autor, "efectivamente, la identidad se nos revela como algo que hay que inventar en lugar de descubrir, como el blanco de un esfuerzo, un 'objetivo' (...)". Y la conciencia de ello surge con el desarraigo, puesto que es entonces cuando la persona es arrancada de su "hábitat natural", lo que supone luego considerarse "fuera de lugar", aun cuando uno comienza a sentirse en cualquier parte "como en casa". Por esto, para Bauman preguntar "quién eres tú" sólo cobra sentido cuando se cree que uno puede ser alguien diferente del que es, sólo si se tiene que elegir y sólo si la elección depende de uno.

De esto último parecen desprenderse tres ideas. Por un lado, teniendo en cuenta que la conciencia de la propia identidad surge con el desarraigo, esto es, "si se tiene que elegir", entonces aquella estaría estrechamente relacionada con la comunidad

asentada en un territorio, del mismo modo que con la migración, puesto que la movilidad o su contrario definirían el estímulo o el retraimiento de un determinado ejercicio de identificación. Por otro, si el sentido de la pregunta por la identidad depende de "si se puede elegir" de ello se deduciría que no todos pueden hacerlo. Siguiendo a Daniel Bargman (1997), la relación que mantenemos con la identidad no es homogénea a todas las clases sociales: algunos han sido estigmatizados –lo que para este autor significa que se les ha vedado el acceso a la elección de la identidad–, otros cambian de identidad como de ropa y un tercer grupo, formado por la mayoría, jamás estará seguro de cuánto durará la libertad para elegir la identidad.

De este modo, si en Mead nos preguntábamos por la posibilidad de cambio y novedad frente a la impronta del "yo" (en contraposición al "si"), en Bauman, por el contrario, la pregunta apunta a develar si es posible una identidad continuada en el tiempo y realmente compartida, aspecto que desarrolla cuando aborda el problema de la lealtad. En dicho análisis, el autor sostiene que el ser humano posee en nuestro tiempo un sentimiento ambiguo respecto a la identidad: por un lado la anhela porque le brinda seguridad, pero por otro le impide probar entre infinidad de posibilidades, habiendo, además, pocos motivos para esperar reciprocidad en la lealtad que uno profesa a un grupo o a una organización. Antes de la modernidad, fijar la propia identidad significaba un acto de liberación de las tradiciones impuestas; hoy, en cambio, una identidad *unitaria* sería un lastre y una limitación para la libertad de elegir. Y es desde allí que desprende también una idea sobre lo que es la *comunidad* en sintonía con el concepto de identidad: brinda seguridad, al mismo tiempo que limita y aprisiona. En consecuencia, para Bauman, en nuestra época comunidad e identidad son ideas de doble cara: repelen y atraen al mismo tiempo.

Quizás sea útil incorporar aquí la distinción que Hassan Rachik (2006) hace entre identidades blandas y duras: "Existen diferentes formas de asumir una identidad colectiva. Algunas, por decirlo de algún modo, son duras y pesadas de llevar, otras son blandas y ligeras. El peso de una identidad colectiva puede apreciarse tanto en el plano sociológico como en el plano ideológico. Varía, en primer lugar, en función del grado de estructuración de los grupos sociales en cuestión".

Las identidades blandas son aquellas que, por lo general, tienen lugar en las ciudades, donde las personas pueden identificarse con relación a sus grupos de origen pero en la medida en que se limitan a invocar estos orígenes por separado; en la medida en que no se conocen entre sí y mientras no están organizados de forma continua. Más que un grupo social estructurado, en ese caso constituyen una categoría, la referencia a la identidad resulta laxa y las personas afectadas la utilizan en mayor medida como un sistema de clasificación, y accesoriamente como un recurso o referencia para resolver cuestiones prácticas privadas (préstamos, matrimonio, intercambio de servicios, etc.). De hecho, las identidades colectivas blandas terminan reduciéndose a un inventario de rasgos culturales o estereotipos.

Las identidades duras o pesadas, en cambio, se corresponden con grupos organizados, ya sea de manera informal (tribu) o formal (asociación, partido político, etc.); en este último caso, suelen ser objeto de movilización o utilizarse como instrumento político cuando se apela a una ideología identitaria explícita y sistemática. Rachik menciona que diferentes estudios sobre el nacionalismo ponen de manifiesto que cuanto más organizado está el grupo –en este caso el movimiento nacional– y cuanto más sistemática es la ideología más numerosas son las obligaciones de los miembros y más dura es de llevar la identidad nacional. El caso extremo sería el deber de sacrificar la propia vida en nombre de la

nación. No obstante, más allá de la clasificación específica planteada por este autor, la pesadez de una identidad quizás sea otra forma de expresar lo que en términos de Bauman es el sentimiento ambiguo respecto de la identidad, sobre la base de ciertas exigencias de lealtad que resultan en la actualidad poco atractivas o difíciles de sostener.

Para la identidad dura Rachik destaca cinco rasgos: la clasificación unívoca, la objetivación, la homogeneización cultural, su carácter imperativo y la purificación. Respecto a la *clasificación unívoca*, una de las obligaciones que se deducen de una identidad pesada y estructurada es la que se relaciona con las exigencias de mayor exclusividad por parte del integrante hacia el grupo. Sabemos que la identidad colectiva implica la clasificación de las personas y de los grupos sociales según criterios diversos (política, religión, lengua, raza, etnia, nacionalidad, etc.), no necesariamente excluyentes ni unívocos. Personas separadas por la religión pueden invocar la nacionalidad como rasgo común y, a la inversa, personas separadas por la nacionalidad pueden invocar una religión común, una lengua común, etc. Cuando la identidad tiende a ser blanda es posible reivindicar varias identidades colectivas, estableciendo una clasificación jerárquica entre ellas o situándolas incluso en un mismo nivel, como es el caso de una identidad múltiple o plural. En cambio, se puede reconocer una identidad dura porque el tipo de clasificación generalmente es simple o binaria, adopta un criterio único para definir al grupo y oponerlo a otro, e impone una definición fija. Sin embargo, vale la pena aclarar que no existe necesariamente una correspondencia entre la identidad dura y determinadas identidades colectivas, y viceversa. A menudo, una misma identidad colectiva es objeto de varias ideologías, y la versión dura sólo es una más entre otras. Por consiguiente, y volviendo a la posibilidad de elegir, Rachik explica que la identidad dura tiende a la exclusión de cualquier conflicto de lealtad puesto que éste aparece cuando los miembros de un grupo social se encuentran ante la necesidad de elegir entre las identidades que reivindican, elección que no tiene lugar en una identidad de ese tipo.

En cuanto a la *objetivación*, para este autor las identidades duras suelen ser portadoras de un enfoque esencialista al exagerar los fundamentos objetivos de la identidad colectiva y menospreciar los subjetivos, entendiendo por los primeros a los rasgos culturales observables (lengua, religión, costumbres, etc.) y por los segundos a la creencia subjetiva de los actores. Es decir, mientras las identidades duras presentan los fundamentos identitarios de un grupo como algo objetivo, aun sin que los actores lo sepan o incluso contra su voluntad, las identidades blandas suponen que basta con que las personas afectadas crean en ellas, siendo innecesaria la existencia "real" de los rasgos culturales invocados como fundamento de la identidad colectiva, puesto que un grupo puede basar su identidad en una historia imaginaria o en una genealogía común fabricada. En la identidad dura el individuo simplemente hereda los elementos que definen su identidad colectiva, siendo el ejemplo más extremo el de la identidad basada exclusivamente en la raza.

Con relación a la *homogeneización cultural*, Rachik señala que las identidades pueden diferenciarse en función de que estén basadas en sistemas culturales difusos e implícitos o en ideologías estructuradas y explícitas. Este último caso es el que se percibe en las identidades duras, en las que los procesos de ideologización requieren de especialistas que definen y dan forma al sistema de sentido seleccionando emblemas, símbolos y narraciones históricas. A través de dicha ideología se expresa lo que debe ser el Nosotros y lo que son los Otros, como así también las formas de pensar, comportarse e incluso sentir que son apropiadas al Nosotros y las actitudes que deben observarse con los Otros.

El *carácter imperativo* de la identidad se relaciona con el rasgo anterior, puesto que la homogenei-

zación cultural tiende a hacerse imperativa al pretender infiltrarse en todas las esferas de la vida social, sobre todo en lo que es visible como el cuerpo y la vestimenta. Por el contrario, las identidades blandas son más selectivas, puesto que indican a las personas lo que son y deben hacer solamente en determinadas ocasiones de sus vidas y en sectores limitados de la vida social (por ejemplo, llevar determinado traje en determinada ocasión), confiando a los individuos una mayor libertad.

El último rasgo, la *purificación*, es definido como una herramienta mediante la cual el grupo expulsa las contribuciones extranjeras y crea una frontera con el otro. Esto puede verse, por ejemplo, en el nacionalismo filológico que insiste con la pureza lingüística del vocabulario nacional. En realidad, este no es un rasgo exclusivo de las ideologías duras, en tanto toda ideología identitaria pretende homogeneizar y purificar la cultura de los aportes externos, pero en el caso de las identidades duras la purificación se hace sistemática e imperativa y se convierte en autoritaria cuando se adoptan sanciones contra las personas que no respetan el ideal de la identidad pura.

Siguiendo con esta tensión entre identidad social y personal, o su paralelo entre la tradición o la elección, resulta oportuno retomar de Daniel Bargman la idea de que en el caso de los migrantes éstos "pueden manipular su identidad de origen, en una afirmación o una negación de la misma", idea que retoma, a su vez, de Guillermo Bonfil Batalla (1989). Esta postura parece acercarse a la noción planteada por Goffman acerca de la posibilidad de encubrimiento o descubrimiento que mantienen las personas acerca de su identidad estigmatizada. Su identidad étnica sólo existe por la relación que los individuos mantienen, "en términos reales o potenciales, con su grupo de origen". Consideramos que lo sugestivo de este planteo es que además de pensar en lo que Bargman denomina las "demandas de acrisolamiento" por parte de la sociedad receptora se atiende al diálogo que –a partir de la relación con aquélla– mantiene en este caso el individuo migrante consigo mismo y con su propia comunidad. Esto supone que las "articulaciones hegemónicas" que confluyen en la constitución de una determinada identidad no se reducirían exclusivamente a una tensión entre el grupo migrante y el grupo de la ciudadanía local sino, a su vez, a la relación que el migrante establece con su propia comunidad de origen (otros migrantes) y con su historia.

Como se indicó al principio, con este trabajo pretendemos dejar apenas planteada una línea de discusión e indagación que, lejos de pensar al individuo como un ser asocial o a lo social como una estructura sin individuo capaz de introducir cambios, aspire a pensar la interesante problemática de la identidad, buscando hallar esos delicados puntos donde el individuo como sujeto social se conecta y es explicado por el grupo, y viceversa.

Bibliografía

- BARGMAN, D. "Homogeneización o pluralidad étnica: un abordaje comparativo de la inserción de minorías de origen inmigrante en Buenos Aires", ponencia presentada en el V Congreso de Antropología Social. La Plata, 1997.
- BAUMAN, Z. *Identidad*, Losada, Madrid, 2005 (2004).
- BONFIL BATALLA, G. "La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos", en *Arinsana* Nº 10. Caracas, 1989.
- CHALMERS, A. *Qué es esa cosa llamada ciencia*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1988.
- DEL REY ROA, A. *El concepto de identidad. Su aplicación en la santería*, Clacso, La Habana, 1998.
- FRIEDLER, E. "Judaísmo o judaísmos", 2005. Disponible en http://www.hagshama.org.il/es/recursos/view.asp?id=1878. Fecha de consulta: marzo de 2008.

- GARAY, A. "La identidad social desde el punto de vista del interaccionismo simbólico", 2002. Disponible en http://antalya.uab.es/liniguez/Aula/IdentidadIS.pdf. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- GOFFMAN, E. *Estigma. La identidad deteriorada*, Amorrortu, Buenos Aires, 2006 (1963).
- _____ *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994 (1959).
- GUERRERO JIMÉNEZ, B. "Identidad aymara e identidad pentecostal: notas para la discusión", en *La incursión del Movimiento pentecostal en la sociedad aymara del Norte Grande de Chile*, investigación financiada por el FONDECYT, proyecto 306/92, 1993.
- IÑIGUEZ, L. "Identidad: de lo personal a lo social. Un recorrido conceptual", en CRESPO, E. (ed.), *La constitución social de la subjetividad*, Catarata, Madrid, 2001.
Disponible en http://antalya.uab.es/liniguez/Materiales/identidad.pdf. Fecha de consulta: marzo de 2008
- KUHN, Th.S. *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1985 (1962).
- MERTON, R. K. *Teoría y estructura sociales*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1992 (1964).
- MUÑOZ, J. "'Nosotros' versus 'ellos'. La categorización social", en CRESPO, E. (ed.), Op.cit.
- RACHIK, H. "Identidad dura e identidad blanda", en *Revista CIDOB d'Afers Internacionals* Nº 73-74. Fundación CIDOB (Centro de Investigación de Relaciones Internacionales y Desarrollo), Barcelona, mayo-junio de 2006. Disponible en http://www.revistasculturales.com/a/imprimir/597/identidad-dura-e-identidad-blanda.html. Fecha de consulta: marzo de 2008.
- ROJAS DE ROJAS, M. "Identidad y cultura", en *Educere. Revista venezolana de Educación* Nº 27. Mérida, Universidad de los Andes, octubre-diciembre de 2004.