

los usuarios observados han hecho uso de recursos de interacción facilitados por Twitter en el 19% de las publicaciones sobre el tema. De esta forma, los contenidos relacionados a información del momento sobre el TIPNIS, así como la confirmación de fuentes y hechos, diálogos de debate y argumentación sobre el conflicto, se han hecho visibles en ocasiones suficientes como para afirmar que, en efecto, Twitter propicia el tejido de la opinión pública sobre el tema observado.

El 70% de tweets publicados por los usuarios observados denotó pluralismo de opinión, es decir, que daba a entender una posición –por lo general propia- en relación a una ajena. Un ejemplo de esta relación es este tipo de tweet que muestra diálogo directo:

“(usuaría observada) @Arquitecta: (en respuesta a) @Castor837 Cualquier rechazo a la represión de los marchistas es válida. Tampoco hay q ser vegetariano para ser 100% pro #TIPNIS ;)”

La plataforma de Twitter permitió, a través del pluralismo de contenidos y visiones políticas de los usuarios, generar una cantidad de elementos de análisis sobre la realidad y el contexto, lo cual posibilita una reflexión más rica y más diversa en el momento de la interpretación crítica generadora de una nueva posición personal (de los usuarios directamente involucrados, de los usuarios que siguen a esas cuentas y/o en general a la comunidad Twitter, misma que tiene alcance a todos los contenidos creados) o de un nuevo paradigma acerca del tema sobre el que se trata.

Así, la repetición de términos políticos (como MAS, gobierno, diálogo) y/o nombres propios de representantes gubernamentales (como Evo Morales, Sacha Llorenti, David Choquehuanca), así como de actores del conflicto (como marchistas, policías, indígenas) formó una nube de contenido heterogéneo, ligado al conflicto y a la coyuntura nacional en general, que permite una lectura de contexto bastante completa, sobre lo público y los sucesos en nuestro país.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

• Fundación UNIR (2010) *Agenda ciudadana 2010: Información y Comunicación, derechos de todas las personas*. Unir Bolivia, Bolivia.

Fuentes electrónicas:

• LARA-DILLO, M. (2011) *Estudio ¿cómo tuiteamos los latinoamericanos?* (Publicado el 4 de mayo de 2011). Obtenida en 7 de junio de 2011 en: <http://pulsosocial.com/2011/05/04/estudio-%C2%BFcomo-tuiteamos-los-latinoamericanos/>

• *Indonesia, Brasil y Venezuela Lideran Aumento Global del Uso de Twitter*. (2010) Obtenida en mayo de 2011 en: http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage.

• *Informe Latinobarómetro 2010*, Santiago de Chile. [Versión electrónica]. Obtenida el 5 de mayo de 2011 en: <http://www.latinobarometro.org/latino/LATContenidos.jsp>

• UNESCO (2005) *Informe Mundial 2005: Hacia las sociedades del conocimiento* [versión electrónica]. Obtenida el 10 de marzo de 2011 en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>

Migraciones, medios de comunicación y construcción de identidades: El caso del periódico Renacer de la colectividad boliviana en la Argentina

Migration, media and identity construction: Renacer, a newspaper of the Bolivian community in Argentina

Resumen

En la Argentina, desde la inmigración de ultramar del siglo XIX, la prensa gráfica ha sido uno de los recursos de los que se han servido las colectividades de inmigrantes para comunicar y expresar sus ideas, construir su identidad y hacerse visibles en el seno de la nueva sociedad que los recibía. En la actualidad, muchos de esas publicaciones iniciales ya no existen, pero se han creado nuevas como el periódico Renacer de la colectividad boliviana. Este trabajo se propone estudiar la construcción de identidad que realiza Renacer a partir del análisis semiótico-comunicacional de las primeras planas.

Palabras claves: Medios de comunicación, migración, identidad

Abstrac

From the first European immigrants arrived into Argentina in the mid-nineteenth century, the print media has been one of the main resources that these immigrants have used to communicate, to express ideas and needs, to build their identity and make themselves visible in new society. Today, many of those early newspapers no longer exist, but have been emerged new ones like the newspaper Renacer from the Bolivian community. This paper studies, from communicational-semiotic analysis of the front pages, the construction of identity at the Renacer newspaper.

Keywords: Mass media, migration, identity

Cecilia E. Melella

Magister en Comunicación y Cultura por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA). Becaria Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

cemelella@gmail.com

Introducción

Argentina creció en el siglo XIX a la luz de la llegada de miles de inmigrantes cuyo mayor porcentaje provino de Europa¹. Más allá de trabajar o de formar familias, muchas de sus actividades se enfocaron en desarrollar el encuentro social entre connacionales en la nueva tierra. La prensa gráfica de migrantes fue una consecuencia directa de la floreciente vida comunitaria (Devoto, 2004). Los diarios de inmigrantes se constituyeron como medios solidarios y de información, de expresión y de participación cívica alternativa, así como recursos de visibilidad y espacios de construcción de identidades (Melella, 2012). A medida que estos grupos se articularon de una forma más integral a la sociedad Argentina, sus periódicos fueron desapareciendo.

Las comunidades migratorias latinoamericanas han retomado esas prácticas comunicacionales iniciadas por los europeos: bolivianos, peruanos y paraguayos poseen diversos medios de comunicación entre los que se destacan los periódicos de migrantes². El periódico Renacer es uno de los medios gráficos más antiguos de la colectividad boliviana en la Argentina junto a Vocero Boliviano, entre otros.

Breve historia del periódico Renacer

El periódico Renacer nació en Buenos Aires en el año 1999 con el objetivo de alzar la voz de los inmigrantes bolivianos residentes en la Argentina frente a las acusaciones expuestas por los medios masivos de comunicación locales que atribuían a las personas de esta comunidad ser la causa del progresivo aumento de la desocupación en este país sudamericano. La edición Web del tabloide expone:

“El periódico Renacer nació en 1999, en la ciudad de Buenos Aires en plena “caza de

1 En 1895, el 25% de la población argentina era extranjera y en 1914 ese porcentaje llegó al 30%.

2 Uno de los periódicos referentes de la colectividad peruana es Gaceta del Perú y de la paraguaya ÑaneRetã.

bruja” cuando funcionarios del gobierno argentino y medios de comunicación adeptos, impulsaron una campaña a la opinión pública; responsabilizando a los migrantes por el aumento en la desocupación y en el desempleo” (www.renacerbol.com.ar).

Renacer tiene su domicilio legal y su sala de redacción en la calle Charrúa de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) situada en un barrio que lleva el mismo nombre³. Cuenta con 24 páginas y se distribuye quincenalmente en la antigua CABA, Gran Buenos Aires, interior del país y Bolivia. También posee una edición Web y un dominio de Facebook. El periódico está dirigido por Guillermo Mamani, hijo de bolivianos y graduado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires.

Actualmente la publicación tiene una tirada de diez mil ejemplares y consta de varias secciones: Bolivia, Actualidad, General, Editorial, La ciudad, Deportes, Cultura, Regionales, Interior e Internacional. Además, cuenta con un staff de una decena de redactores, que trabajan desde sus oficinas en Charrúa, y más de diez colaboradores situados en diversos departamentos de Bolivia. También posee corresponsales en el interior de Argentina: en Mar del Plata, Mendoza, Chubut y Neuquén.

Metodología

Como señalamos anteriormente, este artículo tiene como objetivo analizar la construcción identitaria realizada por Renacer como una forma de abordar la construcción discursiva que la colectividad boliviana hace de sí misma. Debido a la frondosa historia de este periódico, metodológicamente hemos optado por abordar la construcción identitaria a partir de un análisis discursivo de las primeras planas (consideradas como textos).

3 El hecho de que Renacer se redacte desde el barrio Charrúa no es un dato menor porque este suburbio ha sido y es uno de los principales lugares de congregación de los bolivianos en la Argentina.

Utilizamos las herramientas propuestas por la semiótica contemporánea (Steimberg, 1993; Verón, 1993) para describir y explicar los rasgos retóricos, temáticos y enunciativos⁴. Se decidió trabajar con las primeras planas del periódico debido a que éstas condensan las decisiones estilísticas y editoriales de la publicación. Asimismo, las portadas imponen, desde su diseño gráfico, un orden, una cohesión, una forma de presentarse ante los posibles lectores, una identidad, un estilo. Su función específica es captar la atención de los lectores (por ejemplo, de los transeúntes en los quioscos de diarios de la acera) y dar un breve paneo de las noticias que se encontrarán dentro del diario.

El corpus analizado quedó conformado por tres cortes temporales. El primero abarca los años 1999-2000 y marca el inicio de la publicación. Se trabajó con 15 ejemplares conformado por las siguientes ediciones: 2, 7, 8, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25.

El segundo corte temporal toma el año 2006. Se trabajó con un total de 16 portadas de las siguientes ediciones: 107, 108, 109, 110, 111, 113, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127. El 2006 resultó central para la colectividad boliviana porque asumió Evo Morales como presidente de Bolivia colocando en la agenda política del país y de la región la cuestión identitaria indígena. Además, en 2006 ya había sido aprobada en la Argentina la Ley de Migraciones número 25.871 y estaba vigente el programa de regularización migratoria Patria Grande⁵.

4 Todo texto está compuesto por tres dimensiones (retórica o figural, temática y enunciativa) que reflejan su modo de hacer. La dimensión retórica o figural es “...una dimensión esencial de todo acto de significación, abarcativa de todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinación de rasgos que permite diferenciarlo de otros” (Steimberg, 1993: 48). El análisis de la dimensión retórica contempla la presencia de elementos textuales y paratextuales. La dimensión temática de un texto es aquella que integra acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados previamente al mismo texto. La enunciación es el efecto de sentido de un texto (presenta posteriormente al análisis de los rasgos temáticos y retóricos).

5 En 2005 se puso en funcionamiento el Programa Nacional

El corte más reciente corresponde a los años 2008, 2010 y 2011. Se trabajó con 16 primeras planas de las siguientes ediciones: 159, 160, 161, 162, 163, 164, 205, 206, 207, 208, 211, 212, 213, 214, 216. Esta etapa condensa una muestra múltiple de los últimos años de la publicación. Para llevar a cabo el análisis fue fundamental tener en cuenta la reforma política del Estado de Bolivia que posibilitó el ejercicio del voto de los ciudadanos bolivianos en el exterior.

El análisis semiótico (rasgos retóricos, temáticos y enunciativos) fue la base sobre la que se desarrolló la fase interpretativa con el objeto de comprender la construcción de la identidad enunciada por Renacer.

Análisis semiótico de las primeras planas

Para describir y explicar el nivel retórico tuvimos en cuenta características figurales como regularidades gráficas, uso del color, presencia de logotipo, presencia de fotografías y de publicidades. El principal cambio de la publicación a lo largo de los años fue el pasaje, en el año 2000, del blanco y negro al uso del color. Renacer ha utilizado siempre la gama de colores de la bandera de Bolivia y luego, en 2003, ha incorporado los colores de la bandera indígena Wiphala. La presencia de la bandera nacional de Bolivia, de fotografías de la colectividad o del país de origen, constituyen otros rasgos que acercan al periódico al universo simbólico de la “bolivianidad”.

Asimismo, es significativa la introducción de simbología relacionada con el universo andino y/o indígena como la Puerta del Sol de Tiwanaku en 1999-2000, la Flor de Kantuta en 2008-2011 y la mencionada bandera Wiphala, entre otras. Estas imágenes funcionaron como logotipos en diversas etapas del periódico. Por último, también la inclusión de publicidades de comercios típicos de la comunidad (restaurantes, empresas de envío de dinero, comercios vinculados con

de Normalización Documentaria Migratoria Patria Grande. Este plan está orientado a la ejecución de medidas para la inserción e integración de la población migrante a través de la facilitación de la regulación (Sassone y Cortés, 2012).

la industria de indumentaria, o agencias de viajes, entre otros) es, desde lo figural, una cualidad cardinal a tener en cuenta en la construcción de un discurso identitario.

En cuanto al nivel temático, Renacer resume en su portada las noticias más importantes del mes o de la quincena, dependiendo de la variabilidad de su edición. Basándonos en el tipo de información presente en la mayoría de los periódicos de gran tirada de la Argentina como Clarín, La Nación o Página 12, agrupamos los temas a partir del tipo de información que presentan las portadas: Política, Policial, Cultural/Espectáculos, Deportiva, Económica e Información general.

Es destacable que al elegir su agenda temática, Renacer establece sus propios marcos de discusión. Comparando los tres cortes, advertimos que la cantidad de títulos en las primeras planas se mantiene estable, su sumatoria varía entre 40 y 45 por año dando como resultado una media de tres o cuatro por número.

En 1999-2000 son dominantes las noticias sobre cultura y espectáculos (16) y sobre política (15), seguidas por deportes (6) y policial (4). En 2006 aumenta la cantidad de títulos sobre política (25) y desciende cultura y espectáculos (8). Les siguen deportes (3),

economía (3) y policial (2). En 2008-2011 se mantiene estable la cantidad de noticias sobre política (26), seguida de cultura y espectáculos (8), de información general (3) y policiales (2). De forma general, son predominantes las noticias sobre Política (66), seguidas de Cultura y Espectáculos (32), deportes (9), información general (7) y economía (5). (Ver figura 1).

También, se mantienen a lo largo de los años las noticias que tratan temáticas sobre discriminación y xenofobia y política migratoria. Los titulares que abordan problemáticas indigenistas (por ejemplo, el derecho a la lengua originaria, el derecho a la tierra, difusión de la cultura de los pueblos originarios) aumentan notoriamente en 2006 en concomitancia con la llegada de Evo Morales al poder en Bolivia. Asimismo, en 2008 irrumpen en la portada las noticias cuyo eje versa sobre la ampliación de derechos (voto y comunicación) y decrecen las noticias cuyo eje es la religiosidad.

Además, es interesante que en la primera época de Renacer encontramos una preponderancia de las noticias de la colectividad boliviana en la Argentina sobre las noticias referidas al país de origen (34 de noticia sobre bolivianos en la Argentina y 11

noticias propiamente sobre Bolivia). En 2006 este panorama ha cambiado hacia la primacía de noticias sobre Bolivia por sobre las de bolivianos en la Argentina (26 sobre 15). En 2008-2011 nuevamente hallamos mayor cantidad de noticias sobre los bolivianos en la Argentina (25 sobre 13).

A partir de los rasgos retóricos y temáticos de las tres etapas se construye analíticamente la dimensión enunciativa del periódico. Renacer responde a las características del discurso periodístico cuyo objetivo primordial es transmitir información conformando un discurso mayoritariamente impersonal. Este enunciador objetivo se corresponde con un enunciador pedagógico que posee un saber que el enunciatario (o destinatario) no tiene. Renacer informa a la colectividad boliviana en la Argentina sobre todos los temas que a ésta le incumben: trámites migratorios, sucesos en el país de origen, sucesos que afectan directamente a la colectividad como la discriminación o las actividades culturales-comunitarias, etcétera. Según el semiólogo Eliseo Verón (1985) el enunciador objetivo y el enunciador pedagógico son característicos de los contratos de lectura que implican distancia entre el enunciador y el destinatario.

Sin embargo, también en Renacer hay cierto grado de complicidad entre el enunciador y el destinatario basado en el conocimiento de ciertos saberes y códigos, evidente en la configuración del nivel retórico y en el temático. La complicidad es más significativa que en otras publicaciones de la prensa gráfica ordinaria debido a que esta publicación está destinada idealmente al colectivo migratorio boliviano residente en Argentina.

El estudio de las configuraciones textuales de las primeras planas del periódico Renacer posibilitó el abordaje del discurso identitario de la colectividad boliviana en Buenos Aires. Renacer construye diversas identidades de los bolivianos en Argentina que versan sobre cuatro núcleos centrales como el nacionalismo, el indigenismo, la condición de inmigrante/extranjero, así como el ejercicio de los derechos políticos.

La construcción de la identidad

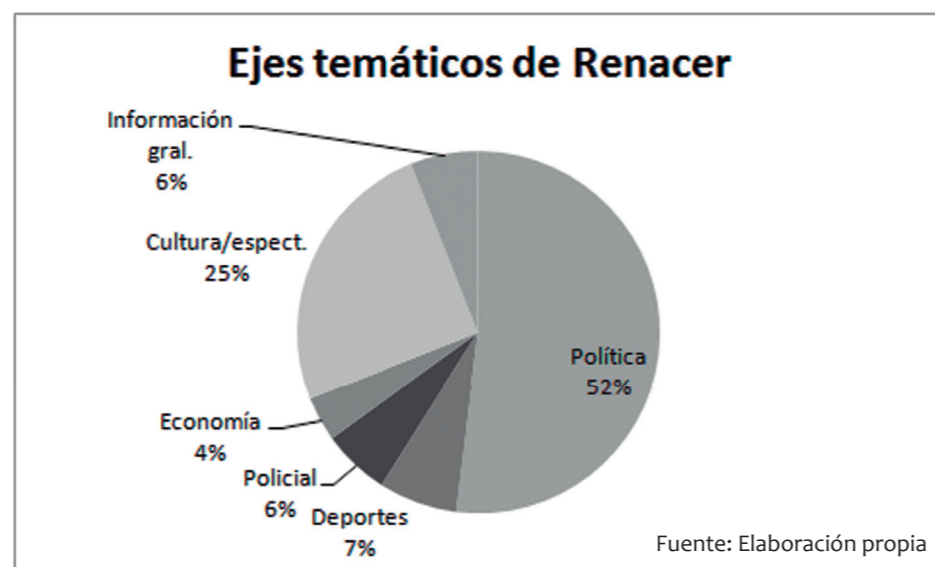
La identidad implica un recorte, una toma de posición y la puesta en juego de elementos disímiles. En el caso de Renacer, el término identidad se entiende pluralmente como identidades híbridas y variables: ser boliviano en Argentina, argentino-boliviano o boliviano-indígena. Cardoso de Oliveira (1999) designa a esta peculiaridad de la identidad como identidad desplazada. Ésta se mueve en “espacios que están siempre en el medio, de los cuales no se puede decir que sean ni una cosa ni otra, de los que no se puede decir que encajen, sin residuo y sin crítica interna, con la adecuación del nombre y con la identidad.” (Cardoso de Oliveira, 1999: 14)

Como señalamos anteriormente, la identidad (las identidades) enunciada por Renacer se constituye como nosotros y en ese mismo gesto construye al otro con el que se relaciona y se compone. La primera construcción como nosotros bolivianos apela a la nacionalidad boliviana. En segunda instancia, la exhortación al indigenismo construye un nosotros originarios o indígenas. Luego, la apelación a la condición de extranjero hace que se construya al boliviano como nosotros inmigrantes y finalmente la cuarta construcción se establece sobre un nosotros como ciudadanos de derecho.

La apelación a la nacionalidad boliviana: nosotros bolivianos

La nacionalidad ha sido el valor más legítimo en la vida política desde el inicio de la modernidad. La nación es una comunidad política imaginada basada en ritos, símbolos, relatos que implica el sentimiento de comunidad y de compañerismo que trasciende las fronteras territoriales (Anderson, 1997). La idea de nación presente en Renacer se observa en el nombre del periódico durante sus primeros años: Renacer de Bolivia en Argentina. La nacionalidad que se erige trasciende las fronteras finitas y territoriales al enunciarse como bolivianos en la Argentina. Asimismo la condición de inmigrantes e hijos de inmigrantes constituye esa identidad nacional

Figura 1: Cuadro temas Renacer con sus respectivos valores y porcentaje de aparición



excedida que se empalma en la confluencia de dos nacionalidades ilusoriamente estables (boliviana y argentina). Esta conformación identitaria ambivalente deja en evidencia la construcción simbólica de la nación que, sin embargo, sigue funcionando como mecanismo de cohesión a la hora de construir un nosotros enunciador de lo que es ser boliviano en la Argentina.

También, desde la dimensión figural, advertimos referencias a la construcción de la nacionalidad como la presencia de los colores de la bandera de Bolivia, la flor Kantuta y la imagen de la Puerta del Sol, un símbolo relacionado con la nación (y también la condición indígena y/u originaria) del país vecino. Además, en el nivel temático, la presencia fuerte de noticias de Bolivia y de los bolivianos en Argentina conforman el nosotros bolivianos sustentado en la nación que es enunciado por Renacer.

La presencia del indigenismo: nosotros indígenas u originarios

En los países de destino, la migración articula de distinta forma las identidades étnicas y/o nacionales debido a que el contexto hace que éstas ya no tengan la misma valoración que en las sociedades de origen. En el caso de Renacer observamos que las diferencias étnicas al interior de la colectividad se homologan en un colectivo nacional o indigenista (Grimson, 1999). La construcción de un nosotros indígenas se constituye como uno de los ejes discursivos cardinales a partir de 2006. Esta construcción se establece con la utilización de los recursos figurales que remiten a la iconografía originaria americana como la R del nombre del periódico, ornamentada con diseños “precolombinos”, o la presencia de la bandera Wiphala que representa a las comunidades andinas.

Las temáticas indigenistas se hicieron más presentes durante el año 2006 tras el triunfo electoral de Evo Morales. La construcción indigenista no fue motivo de oclusión del colectivo identitario boliviano sino que éste se conformó abierto e inclusivo a otros

grupos indígenas de la Argentina como los Qom o los Mapuches. La etnicidad re-articulada en la sociedad de destino como indígena trasciende las fronteras nacionales, interpretadas como fronteras estatales legadas de una diagramación concepción post-colonial, y conforma identidades que paradójicamente sirven para actuar dentro de los distintos Estados nación (como ciudadanos de derecho). Es decir, esta enunciación indigenista conlleva en sí misma una concepción de identidad (identidades) plural y compleja, abierta a la trama de significación y a la contingencia.

Esta enunciación indigenista lleva en sí misma una concepción de identidad (identidades) plural y compleja, abierta a la trama de significación y a la contingencia

Nosotros inmigrantes, nosotros extranjeros

Las identidades de los inmigrantes se constituyen en relación con otro que ha poblado en el pasado el territorio que ellos habitan en la actualidad, es decir que se conforman en el espacio simbólico que se tiende entre los establecidos y los forasteros. La identidad de esas comunidades migrantes se conforma en la confluencia entre aquello que han heredado (y llevado) y el lugar donde se encuentran.

En el caso de Renacer, la composición como nosotros inmigrantes se asienta sobre la importancia del vínculo constante del aquí y del allá (Argentina y Bolivia). Retóricamente observamos una fuerte presencia de las relaciones entre estos dos países en las publicidades de transportes de larga distancia (Transportes Almirante Brown) o en las agencias de envío de dinero (Argenper). Asimismo, el nombre del periódico en

los primeros años (Renacer de Bolivia en Argentina) nos habla de la condición de bolivianos y de su presencia en la Argentina, es decir, de su condición de inmigrantes y de extranjeros. Las temáticas planteadas por Renacer se asientan sobre dos núcleos que estimulan el vínculo entre éstos dos países: las noticias de Bolivia en Argentina y las noticias sobre Bolivia.

Por otra parte, Renacer construye la condición de nosotros como inmigrantes desde una posición “negativa” que acentúa la condición de nosotros como otro. Los titulares vinculados a la discriminación y a la xenofobia constituyeron un tópico estable y fundamental para el periódico a lo largo de toda su historia. La presencia de la exclusión del otro (el nosotros enunciado por Renacer) pone en juego otra categoría vinculada a la del inmigrante: el intruso.

Perniciosamente el extranjero es sinónimo de intruso. Éste irrumpe nuestra corrección moral, nuestra comunidad, la destroza y a la vez la organiza. El extranjero es el que interroga nuestra verdad a través de su presencia, que es en sí una pregunta. Si hay que mancillar al extranjero, entramos en el terreno del racismo y de la xenofobia. La inclusión de esta problemática en Renacer tiene como objeto conformar un nosotros que responde, o por lo menos da cuenta, de la inequidad del cuestionamiento a la autoridad del nosotros originarios del lugar de destino.

La presencia del derecho: Nosotros ciudadanos

Por último, el nosotros bolivianos en la Argentina forjado por Renacer se asienta sobre la construcción de nosotros como ciudadanos de derecho. Esta construcción descansa sobre dos plataformas. Por un lado, el ejercicio del derecho a la información, que es el derecho a emitir un discurso alternativo, critica el marco simbólico impuesto por los medios hegemónicos. Así, la construcción como ciudadanos de derecho se advierte en la enunciación y la elección de temáticas

vinculadas al reclamo de la regulación migratoria, a la denuncia de la discriminación y a la instalación del propio marco de discusión, o por lo menos de disputa sobre los discursos dominantes. Al mismo tiempo, esta decisión editorial implica la puesta en juego de valores, sentidos y prácticas culturales que llevan consigo las personas que componen este colectivo migratorio.

La otra plataforma de esta construcción se despliega a partir del reclamo del derecho a votar de los ciudadanos en el extranjero. Renacer desarrolló una campaña a lo largo de los años planteando los beneficios del ejercicio de este derecho político. Luego de la aprobación del voto de los bolivianos en el exterior en 2009, esa politicidad se ha centrado en el ejercicio de la crítica (política). Por ejemplo, comenzó a incluir elementos de la sátira política al estilo del periódico argentino Página 12. Sin embargo, nunca ha dejado de ser un periódico de denuncia.

A modo de cierre

El análisis de la identidad de un periódico como Renacernos abre la posibilidad de descubrir un discurso emitido por los mismos migrantes y conocer cómo ellos se construyen a sí mismos. A partir de los análisis realizados podemos dar cuenta que en un nivel figural Renacer tiene características propias como la iconografía indígena, los colores de la bandera del Bolivia o de la Wiphala, la presencia de logotipos con símbolos de ese grupo migratorio como la Puerta del Sol, entre otros.

Renacer supone nuevos espacios discursivos y materiales donde se conforman diversas identidades, enfatizando la pluralidad e historicidad en la construcción del ser boliviano en la Argentina

El nivel temático se caracteriza por ofrecer una agenda periodística propia, que muchas veces contrarresta la de los principales diarios del país y que sitúa al periódico como medio de comunicación alternativo y contrahegemónico. Recordemos que brinda información sobre derechos migratorios, derechos laborales, denuncia de violación de derechos civiles, etcétera.

Además de ser un medio de información, este periódico funciona como agente cultural al promover la circulación de los valores, los sentidos e imaginarios de este colectivo migratorio como, por ejemplo, las festividades de la Virgen de Copacabana, o la Feria de Alasitas en Buenos Aires. En este sentido, es un gran recurso de visibilidad con el que cuenta la colectividad.

En síntesis, fomentando la conexión entre el aquí (Buenos Aires) y el allá (Bolivia), Renacer supone nuevos espacios discursivos y materiales donde se conforman diversas identidades (las cuatro construcciones que hemos analizado en este artículo) que cimentan múltiples “nosotros” de la colectividad boliviana en nuestro país, enfatizando la pluralidad e historicidad en la construcción del ser boliviano en la Argentina.

Bibliografía

- Anderson, B. (1997). *Comunidades Imaginadas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Barth, F. (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Cardoso de Oliveira, R. (1999). *Los (des) caminos de la identidad*. Apuntes de investigación, 7. 9-29.

- Chambers, I. (1999). *Migración: cultura, identidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Devoto, F. (2004). *Historia de la inmigración en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

- Grimson, A. (1999). *Relatos de la diferencia y la igualdad*. Buenos Aires: EUDEBA.

- Hall, S. y du Gay, P. (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Melella, C. (2012). La prensa migrante europea en la Argentina (siglo XIX y XX). *Jornadas de la Carrera de Ciencias de la Comunicación: “Comunicación y derechos humanos. Homenaje a Eduardo Luis Duhalde”*. 31 de octubre al 2 de noviembre. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales.

- Nancy, J. L. (2006). *El intruso*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Sassone, S. y Cortés, G. (2012). Inmigración boliviana en la Argentina: Lógicas geográficas de difusión territorial y metropolización. En *Migración boliviana y prácticas transnacionales*. Barcelona: Antrophos.

- Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Atuel.

- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Periodismo cultural digital: Retos de la Web 2.0

Digital cultural journalism: Web 2.0, its challenges

Resumen

Este trabajo analiza los cambios producidos en los medios de comunicación a partir de la Postmodernidad, y su repercusión en estos momentos, conocido por los teóricos como Post-Postmodernismo, Neo-Modernismo, Re-Modernismo, Altermodernismo y Modernismo Crítico, pasando por la evolución de los conceptos Web 1.0, Web 2.0 y Web 3.0. *Periodismo cultural digital: retos de la Web 2.0*, hace énfasis en que una postura que separe a los medios como distintos, específicos de un sentir colectivo que se generalizó como *postmodernidad*, resulta a estas alturas irreconciliable, y propone además una mirada menos despreciada para quienes aún descreen de los medios digitales, de su influencia y de las amplias posibilidades que estos brindan. La práctica ha demostrado que resulta necesario confiar en los modos de producción y difusión de los medios digitales, y no olvidar que su papel cobra auge a medida que se informatiza la sociedad y que, a la vez, le abre un amplio diapasón para la difusión de la cultura desde la comunicación y más explícitamente desde el periodismo digital en la web: una comunicación que no sólo estará dedicada al flujo meramente informativo, sino a la utopía de que *comunicar cultura y producir cultura* aún puede ser posible.

Palabras claves: Periodismo cultural, periodismo hipermedia

Abstrac

This work describes the changes effected on mass media as a result of post-modernity and its ongoing impact. Theoriticists refer to this process as post-postmodernism, neo-modernism, re-modernism, alter-modernism, and critical modernism, going through concepts of Web 1.0, Web 2.0, and Web 3.0. *Digital Cultural Journalism: Web 2.0, its Challenges*, emphazices the fact that a distinctive approach specific of the group called postmodernity becomes isolated is ultimately unthinkable. The work also offers a less pudical view for those who still discredit the digital media, their influence and their wide possibilities. Experience has proved the need to trust the manners and ways of the digital media. Keeping in mind its role as society becomes more informatized, we also acknowledge the possibilities offered for the cultural promotion, more specifically as of digital journalism: a means of communication not only devoted to a merely informative flux, but also to the utopia of *communicating culture and producing culture*, a dream to become true.

Keywords: Cultural journalism, hipermedia journalism

Rubén Ricardo Infante

Licenciado en Periodismo por la Universidad de Oriente (Cuba) (2010). Jefe de la Disciplina Comunicación Hipermedia para la carrera de Periodismo en la Universidad de Holguín “Oscar Lucero Moya”.

rricardo@fh.uho.edu.cu

Alcides Rafael Pereda Ochoa

Licenciado en Medios de Comunicación Audiovisual por la Universidad de las Artes (Cuba) (2013). Editor del sitio web Asociarte, proyecto de promoción de la Asociación Hermanos Saíz (Holguín).

alcidespereda@gmail.com