



FACULTAD DE

U.N.C.P.B.A.

CIENCIAS SOCIALES



enacom.18

Libro de Resúmenes



Olavarría, 18 al 20 de Septiembre de 2018



Olavarría, 18 al 20 de Septiembre de 2018

Libro de resúmenes ENACOM 2018

Peret, Maximiliano

Libro de resúmenes ENACOM 2018 / Maximiliano Peret ; Sergio Magallanes. - 1a ed.

- Tandil : Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, 2018.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-658-457-3

1. Comunicación. 2. Investigación. 3. Periodismo. I. Magallanes,

Sergio II. Título

CDD 302.23

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad Nacional del Centro

de la Provincia de Buenos Aires

Av. A del Valle 5737

Olavarría, Buenos Aires (CP 7400)

Tel. (02284) 450331 - www.soc.unicen.edu.ar

Los compiladores y la Editorial no se responsabilizan por la actualidad, exactitud, calidad o completitud de la información incluida en este volumen ni por ningún tipo de perjuicio que de lo aquí expuesto se pudiera derivar. La presentación formal de los artículos es responsabilidad de los autores

Organizadores

Director del Departamento de Comunicación y Periodismo

Mag. Sergio Magallanes

Coordinador Académico ENACOM 2018

Lic. Maximiliano Peret

Autoridades Facultad de Ciencias Sociales UNICEN

Decana: Lic Gabriela Gamberini

Vicedecana: Dra. María Gutierrez

Secretario General: Ing. Guillermo Cicconi

Secretaría Académica: Lic. Gabriela Loustaunau

Secretario de Extensión, Bienestar y Transferencia: Lic. Nicolás Casado

Comisión Directiva de FADECCOS

Marcelo D´Amico, Universidad Nacional de Entre Ríos

Esteban Zunino, UMAZA

Daniela Monje, Universidad Nacional de Córdoba

Miguel Angel Vilte, Universidad Nacional del Nordeste

Cecilia Labatte, UCES

Ana Laura Hidalgo, Universidad Nacional de San Luis

Carlos García da Rosa, Universidad Nacional de Misiones

César Arrueta, Universidad Nacional de Jujuy

Patricia Nigro, Universidad Austral

Comité Académico

Arri, Francisco

Bergero, Fabian

Casado, Nicolás

Cohendoz, Mónica

Conforti, María Eugenia

Errobidart, Analía

Espada, Agustín

Flores, Álvaro

Fridman, Leandro

García Luna, Ana Laura

Giacomasso, Vanesa

Iturralde, María Eugenia

Lingeri, Diego

Magallanes, Sergio

Marino, Santiago

Martins, Susana

Mathieu, Gladys

Matta, Juan Pablo

Nigro, Patricia

Pasquariello, Stella

Peret, Maximiliano

Pérez, Patricia

Perticará, Mariana

Porta, Martín

Reta, Lucrecia

Rodríguez Agüero, Eva

Vulcano, José

Zamora, Jorge Pablo

Rossi, Patricia

Silva, Ana

Sosa, Rosana

Vigil, María Fernanda

Comité Organizador Facultad de Ciencias Sociales

José Vulcano

Nicolás Casado

Exequiel Alonso

Sebastián Lindner

Soledad Chirambero

Joaquín Méndez

Silvina Mentasti

Fátima Higuera

Colaboradores

Agustina Pagano
Aldana Prieto
Alexis Grierson
Camila Valenzuela
Carolina Rivas
Darío Machado
Eugenia Mocciano
Evelyn Talamoni
Geraldine Jerez
Gisele Ceniceros
Iván Cabello
Juan Segundo Aramburu
Lis Perez
Felicitas Habarna
Guillermina Hermani
Manuela Santillán
Milagros Pianciola
Luciano Moles
Lucía Contini
Luciana Pedernera
Mariana Hector
Martín Mozotegui
Martina Lastape
María del Rosario Farinati
Micaela Larraburu
Nubi Fernández
Nicolás Herrera
Rocío Pereyra
Sol Sraiber
Trinidad Petreigne Bacigalupe

Índice

PROGRAMA GENERAL	8
PRESENTACIÓN DE PONENCIAS	11
SESIÓN 1 – MARTES 14 a 16 Hs	12
SESIÓN 2 – MARTES 16³⁰ a 16³⁰ Hs	15
SESIÓN 3 – MIÉRCOLES 9 a 11 Hs	19
SESIÓN 4 – MIÉRCOLES 14 a 16 Hs	23
SESIÓN 5 – JUEVES 9 a 11 Hs	27
EJE N° 1 – COMUNICACIÓN COMUNITARIA	31
EJE N° 2 – COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA	35
EJE N° 3 - COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, CORPORATIVA Y PUBLICITARIA	47
EJE N° 4 – COMUNICACIÓN Y GÉNERO	56
EJE N° 5 – COMUNICACIÓN Y SALUD	64
EJE N° 6 - COMUNICACIÓN, CULTURA, ARTE Y FILOSOFÍA	68
EJE N° 7 – COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	79
EJE N° 8 - COMUNICACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ESCENARIOS LABORALES	103
EJE N° 9 – COMUNICACIÓN Y ANTROPOLOGÍA	109
EJE N° 10 - CONSUMOS MEDIÁTICOS Y TECNOLÓGICOS / APROPIACIÓN SIMBÓLICA	112
EJE N° 11 - CONFLICTO SOCIAL, MOVIMIENTOS SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA	121
EJE N° 12 - DISCURSOS, SENTIDOS Y REPRESENTACIONES	131
EJE N° 13 - EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN	143
EJE N° 14 - LENGUAJES, TECNOLOGÍAS Y NUEVOS MEDIOS	151
EJE N° 15 - HISTORIA DE LOS MEDIOS, PODER Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	169
EJE N° 16 - PRÁCTICAS Y EXPERIENCIAS PERIODÍSTICAS	185

Verónica Longo
María Julieta González Salinas
Mirian Goyeneche
Ana Laura Hidalgo
Ana Silvina Maldonado
Luz María Viñals
FCH - UNSL
hidalgo.analaura@gmail.com

Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación de reciente aprobación en la Facultad de Ciencias Humanas (UNSL), y busca indagar acerca de los distintos tipos de relaciones de las organizaciones sociales con y en el espacio público y cuáles son sus modos de visibilización.

El principal supuesto sobre el que se asienta es el de plantear que las organizaciones sociales son actores que aparecen en el espacio público generando sentidos (no sólo en su reproducción, sino también en su producción y cambio). Territorial, cultural y políticamente juegan un rol fundamental en los espacios en los que intervienen. Compiten con otro tipo de organizaciones (privadas y estatales) por la generación, reproducción y cambio de sentidos. Así, el equipo de investigación se plantea las incógnitas: ¿de qué modo impactan / inciden en la conformación de políticas y de prácticas? ¿Qué sentidos generan? ¿Qué reconocimiento tienen en el espacio público? ¿Por qué su reconocimiento debería ser mayor? ¿Cuánto de incidencia tienen? ¿Por qué están invisibilizadas hoy?. El estudio se focaliza en la realidad sociocultural de la provincia de San Luis (Argentina).

Se propone reconocer las prácticas significativas de las organizaciones sociales, sus formas de vinculación y visibilización en el espacio público y la posible incidencia en la formulación e implementación de políticas públicas.

En esta presentación, nos proponemos plantear los primeros interrogantes con los cuales trazamos este recorrido por el campo de investigación de la comunicación; los casos seleccionados; y las decisiones metodológicas construidas.

ORGANIZACIONES SOCIALES – COMUNICACIÓN - ESPACIO PÚBLICO

LA INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS ESTATALES EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

María Soledad Segura
FCS y FCC-UNC / CONICET
Agustín Espada
UNQ - CONICET
Ana Laura Hidalgo
UNSL - CONICET
Alejandro Linares
UBA - CONICET
Verónica Beatriz Longo
UNSL

Natalia Gabriela Traversaro

Emilia Villagra

Sole_segura@yahoo.com.ar / Twitter @SeguraMSoledad

Se analiza el impacto de la implementación en Argentina de las nuevas políticas de legalización, fomento y participación de los medios comunitarios, alternativos y populares sobre su sustentabilidad.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reconoce legalmente al sector sin fines de lucro como proveedor de servicios de radiodifusión, hace reserva de un tercio del espectro radioeléctrico para estos medios, y establece mecanismos de promoción para apoyar su sostenibilidad.

Sin embargo, a ocho años de implementada la ley, todavía son escasos los análisis de su impacto en estas emisoras. Sólo se han realizado escasos trabajos de corte cuantitativo y cualitativos que abordan algún aspecto del fenómeno. Se pueden encontrar referencias en las compilaciones realizadas por Beltrán y Becerra (2017), Segura y Weckesser (2016), Apaza, Benavides y Burgos (2015), y Vinelli (2011). Sin embargo, no se realizaron trabajos que hayan hecho una mirada integral del fenómeno como la que aquí se propone. Entendemos, por lo tanto, que se hace un aporte original y relevante para propuestas de regulaciones y políticas públicas en Argentina, América Latina y otras regiones del mundo.

La pregunta es: ¿Cuál es la incidencia de las políticas estatales para la sostenibilidad de los medios comunitarios?

Para responder, se analiza el impacto de las políticas de legalización y promoción estatal sobre la sostenibilidad de los medios comunitarios en Argentina entre 2009 y 2017. Se conceptualiza la sostenibilidad no solo con una dimensión económica, sino también social, institucional y productiva.

Se basa en una investigación empírica integral que involucra enfoques cuantitativos y cualitativos: recopilación y revisión de trabajos teóricos y empíricos previos y documentos relacionados sobre políticas nacionales y locales, mercados de medios e historia de medios sin fines de lucro en cada región; observaciones, 10 entrevistas a sus trabajadores y activistas; 37 encuestas y 7 grupos focales con sus audiencias. La investigación se realizó durante 2016 y 2017 en todo el país y se centró en tres regiones: la Capital, el Centro y el Oeste (Cuyo) con especial atención en dos estaciones de radio y un canal de televisión en cada región: Radio Gráfica, Radio Sur y Barricada TV en Capital; Radio Curva, Radio Uritorco y Canal 9 PROA Centro en el Centro; y Radio La Bulla, Radio Masi, Radio Rebelde y Giramundo TV en Cuyo.

La hipótesis es el siguiente: si bien el sector de los medios comunitarios, alternativos y populares en Argentina ha surgido y se ha mantenido durante décadas en la ilegalidad y en muchos casos contra Estados autoritarios o dictatoriales, la acción estatal de legalización y fomento desde la perspectiva del derecho humano a la comunicación, en contextos de altísima concentración de la propiedad privada de medios, ha demostrado ser fundamental para el crecimiento y sostenibilidad de los medios no lucrativos.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN - MEDIOS NO LUCRATIVOS - SOSTENIBILIDAD