

VIATOR, COMUNICACIÓN DESDE LOS BORDES

Consolidación e institucionalización de un campo científico en movimiento

Claudio Avilés Rodilla
Marcelo Brunet
Carlos González Pérez

Resumen

El campo académico de estudios de la comunicación es producto de una tradición de saberes que se institucionaliza a partir de una nominación hegemónica en la que ciertas ideas en torno a la comunicación resultan consagradas como estatuto, mientras que otras son silenciadas o simplemente no consideradas. Impregnado y atravesado por toda una serie de debates inherentes a las ciencias sociales, este campo no puede pensarse al margen de otra serie de debates extrínsecos, ni de las discusiones políticas y las condiciones históricas y materiales de cada momento de su tradición. En este artículo revisamos el recorrido contextual en el que se identifican algunos hitos que permiten explicar el nacimiento de Viator, una revista científica de comunicación desde los bordes.

En un primer momento abordamos las diferentes transformaciones y la institucionalización del campo de la comunicación en Argentina y en Jujuy. Nos detenemos en aspectos vinculados a la creación de la licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (UNJu), en la que intervino Aníbal Ford, quien, junto a otros pensadores de la comunicación, definió los contenidos curriculares. Avanzamos, además, sobre el estado de situación actual de la carrera.

Luego presentamos una serie de nuevos problemas y miradas en la comunicación, atendiendo a las principales producciones de nuestra carrera en la Universidad Nacional de Jujuy.

Finalmente, ponemos de relieve los motivos por los cuales desarrollamos Viator, como espacio de discusión y de debate del campo de la comunicación con visión de fronteras.

Palabras clave: comunicación social; consolidación del campo; debates; Jujuy; Viator.

VIATOR COMMUNICATION FROM THE EDGES. Consolidation and institutionalization of a scientific field in motion

Abstract

The academic field of communication studies is the product of a knowledge tradition that is institutionalized from a hegemonic nomination in which certain ideas about communication are embodied as a statute, while others are silenced or simply not considered. Crossed by a series of debates inherent in the social sciences, this field cannot be thought apart from another set of extrinsic debates of political discussions and historical and materials conditions of every moment of its tradition. This article reviews

the context path, in which some milestones that explain the birth of Viator, an academic journal of communication from the edges, are identified.

At first we address the different transformations and the institutionalization of the field of communication in Argentina and Jujuy. We focus on aspects related to the creation of the career of Social Communication, Faculty of Humanities and Social Sciences (UNJu), in which intervened Anibal Ford, who, along with other thinkers of communication, defined its curriculum. Also we advance on the current state of affairs of the career.

We present a series of new problems and perspectives of communication addressing the main productions of our career at the National University of Jujuy.

Finally, it highlights the reasons why we developed Viator, a space for discussion and debate in the field of communication with the perspective of frontier.

Keywords: consolidation of the field; debates; Jujuy; social communication; Viator.

El sesgo particular que adquieren mis percepciones del campo tienen que ver con la manifiesta dificultad en separar los componentes de mi biografía, dificultad que se estableció ayer y de la que no he podido (o tal vez no he querido) liberarme [...] aprendí, entonces, que no sólo se trataba de rememorar mi paso por un ámbito del saber sino que lo que estaba en juego era mi experiencia de la memoria y la huella que había dejado en mí el concepto de comunicación

(Schmucler, 1997: 10)

Introducción

El campo académico de estudios de la comunicación es producto de una tradición de saberes que se institucionaliza a partir de una nominación hegemónica en la que ciertas ideas en torno a la comunicación resultan consagradas como estatuto, producto de enfrentamientos entre diversas comunidades académicas; mientras que otras son silenciadas o simplemente no consideradas (Saintout, 2003). En ciencias sociales, y en particular en los estudios de comunicación, resulta imposible hacer referencia a la existencia de un paradigma, entendido como un conjunto de puntos de vista y consensos dentro de la comunidad científica, que determinan ciertos modelos de problemas, utilizan una cierta metodología, más o menos distintiva, y ensayan soluciones en el interior de dicha comunidad (Kuhn, 1996). Sin embargo, ante esta ausencia de paradigma, sí han existido y existen *dominancias fuertes* (Follari, 2010) que no sólo dependen de condiciones inherentes a los análisis propios del campo de estudios, sino también de las condiciones políticas, sociales y culturales del momento; que entran en relación y tensión con las condiciones epistemológicas inherentes al campo científico.

Entonces, si bien es posible pensar en una tradición propia en el campo de estudios de la comunicación, dicho campo resulta impregnado y atravesado por toda una serie de debates inherentes a todas las ciencias sociales.

Asimismo, el campo de la comunicación, sus teorías y enunciaciones, no pueden pensarse al margen de otra serie de debates extrínsecos al campo, como tampoco pueden separarse de las discusiones políticas y las condiciones históricas y materiales de cada momento de su tradición (Saintout, 2003).

Por ello, para poder explicar el objetivo y la necesidad de pensar, diseñar y producir un nuevo espacio de divulgación científica que pretende integrar la producción académica del campo de la comunicación en un territorio periférico y de frontera, se considera pertinente proponer un fugaz recorrido contextual que busque identificar algunos hitos que permitirán arribar al nacimiento de *Viator*, una revista científica de comunicación desde los bordes.

Escenarios y procesos de institucionalización de la comunicación como campo

Si bien la tradición de los estudios de la comunicación puede rastrearse alrededor de la década de 1950 y 1960, en este trabajo interesa recuperar contextualmente algunos acontecimientos socio-políticos y teóricos que se articulan con el proceso de institucionalización de la comunicación como campo científico interdisciplinar en Argentina, con especial mención a Jujuy.

Ese proceso puede inscribirse temporalmente entre la década de los '80 y mediados de los '90; una época en la que se evidencia la consolidación de un campo de saberes entorno y sobre la comunicación con relativa autonomía respecto a otras disciplinas en las ciencias sociales.

En este sentido, en los inicios de la década de 1980, se transita una nueva etapa en los estudios de la comunicación, de manera paralela a los procesos de transición democrática en América Latina, que a su vez se desarrollan en el marco de la crisis de los Estados de Bienestar y el avance del neoliberalismo. Luego del fracaso de las políticas impulsadas por el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC), el texto "Un solo mundo, voces múltiples" (conocido como informe McBride) y las discusiones en torno a la necesidad de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC); en el campo de la comunicación se registra un estancamiento tanto en la producción teórica como en la práctica, que posteriormente conllevan a la adopción de nuevas perspectivas epistemológicas y metodológicas.

A nivel teórico, en los años '80 la mirada crítica comienza a replegarse y se va perfilando su integración a las estrategias generales de los medios de

comunicación dominantes (Mangone, 2007). Comienzan a desplazarse los ejes de análisis; empieza a tomar fuerza la figura del receptor y van quedando de lado los análisis bajo la lógica de producción mediática masiva. El texto de Jesús Martín Barbero (1987) *De los medios a las mediaciones* marca un hito fundamental en los movimientos de los análisis mediáticos y cumple un papel decisivo en la constitución e institucionalización del campo disciplinar. El estudio de la producción, de los mensajes y de los contenidos ideológicos comienza a lateralizarse y cobran centralidad los análisis de las mediaciones culturales, entendidas como un conjunto de tejido significativo cultural, prácticas y experiencias que influyen en el momento del consumo de la cultura masiva. Asimismo se recuperan las perspectivas de la teoría de la *recepción*, de *usos y gratificaciones*; el receptor toma protagonismo y comienza a entenderse como: consciente, crítico, creativo, defensivo e incluso resistente; ya que se entiende que el receptor hace un determinado *uso* de los medios, de sus mensajes, y obtiene de ellos específicos *placeres y beneficios*.

En definitiva, en la década del '80, junto al progresivo repliegue de la crítica ideológica, se comienza a legitimar la cultura y la comunicación de masas; progresivamente se borran las dimensiones conflictivas de los análisis para pensar en las diferencias y en la diversidad de lo popular, lo masivo, la cultura de elite y la tradición (Saintout, 2010). Se empieza a evaporar el concepto de imperialismo cultural y toma protagonismo el de hegemonía, que cobra vigencia en la nueva figura activa del receptor de medios masivos, capaz de replicar a las intencionalidades industriales e ideológicas de los medios. Así nace una corriente que investiga los usos populares de lo masivo en la vida cotidiana y la revalorización de las otras maneras de leer de los sujetos sociales.

En la década del '90 se configura un contexto en el cual los debates y acciones político-económicas y su vinculación con el desarrollo en el plano de la comunicación y las tecnológicas atraviesan una llamativa paradoja. Por una parte, se producen una serie de debates que postulan el “fin de la historia”; a partir de un pensamiento que se apoya en la derrota de la política y en el triunfo del capitalismo. Se postula el nacimiento de un nuevo orden que surge a partir de la idea de un momento histórico en que la política se considera derrotada; se habla del final de la idea de progreso y se debate sobre el agotamiento de los ideales utópicos de la modernidad; se celebran los fines y se exaltan conceptos como la diseminación, la fragmentación, la dispersión, el multiculturalismo,

la diferencia, la deconstrucción. La idea fuerza gira en torno a que la historia, la política y la dialéctica fracasaron; y sólo queda el mercado (Saintout, 2010).

Sin embargo, al mismo tiempo, el desarrollo tecnológico de las redes informáticas y la digitalización de la información, a la par de la consolidación de las políticas neoliberales, permiten expandir un imaginario en el que se entiende a la tecnología como la salida a la crisis económica, como democratizadora de la sociedad y como una particular reedición de los ideales modernos. El debate multilateral sobre los flujos de información pasa a un organismo técnico, el GATT y luego la Organización Mundial del Comercio, que impulsa políticas de privatización y desregulación de las telecomunicaciones, desde una perspectiva de la comunicación como un servicio mercantilizado. Por otra parte, organismos como el Grupo de los 7, la Comisión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico impulsan el proyecto "Sociedad de la Información". Paradójicamente, este proyecto se apoya en una confianza en el progreso como ideología y cree que la presencia extendida de nuevas tecnologías y servicios de información brindarán oportunidades para la construcción de una sociedad más justa y equilibrada; mejorando la calidad de vida de los ciudadanos, aumentando la eficacia de la organización social, económica y reforzando la cohesión. En el proyecto "Sociedad de la Información" se articulan algunos fundamentos del ideario positivista, fundamentalmente aquellos que asocian mecánicamente el progreso, el bienestar y la ausencia concomitante de conflictos. Desde el proyecto, el conflicto social es entendido como amenaza para el desarrollo de la sociedad informacional; mientras que se entenderá a la comunicación como un proceso que coadyuvaría a la reducción de los tiempos y los espacios geográficos, como también al achicamiento de las distancias sociales (Becerra, 2003).

En este contexto, a nivel teórico y conjuntamente a la paulatina institucionalización de la comunicación como saber académico, los estudios de la comunicación se ven sacudidos por la ruptura epistemológica y política de los años '80, y en los '90 se produce una evolución en la línea de los estudios culturales de Birmingham, en la economía política de la comunicación y de la crítica de la Sociedad de la Información. Se comienzan a construir nuevos objetos de estudio y nuevas miradas para la investigación que devienen en la proliferación de nuevos problemas que se comienzan a constituir desde el campo (Saintout, 2003).

Para el *Maestro* Jesús Martín Barbero en *Oficio de Cartógrafo*, se trata del sub continente de la comunicación. Y sitúa en los 70 y 80 a la configuración latinoamericana del campo con preocupaciones sobre los medios como discurso del poder: ideología, cultura e innovaciones culturales a partir de las tecnologías

Asimismo, en esta tradición de saberes resulta imposible soslayar diversos actores individuales del campo que asumieron la tarea y construyeron los caminos de la reflexión, la problematización y la investigación de la comunicación latinoamericana: Aníbal Ford, Héctor Schmucler, Armand Mattelart, Eliseo Verón, Antonio Pasquali, Luis Ramiro Beltrán Salmón, Juan Díaz Bordenave, Néstor García Canclini (el interlocutor fundamental de Jesús Martín Barbero), Umberto Eco, José Marques de Melo, Oscar Landi, María Cristina Mata, Rosa María Alfaro, Carlos Ulanovsky, Silvina Walger, Heriberto Muraro, Daniel Prietto Castillo, Guillermo Zunkel, Valerio Fuenzalida, Jorge González, Luis Alberto Quevedo, entre otros.

En este periodo abarcado alrededor de la década de 1980 y principios de los años '90, en América Latina y específicamente en Argentina, comienza paulatinamente el proceso de institucionalización de los estudios de la comunicación¹. Este proceso se desarrolla fundamentalmente a partir del nacimiento de las distintas carreras de comunicación desarrolladas en las Facultades y Escuelas de investigación de universidades estatales y privadas; como también a través del papel que jugaron otras instituciones aglutinadoras de los saberes del campo.

En este sentido, a nivel latinoamericano tanto la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) como la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) contribuyeron protagónicamente a la constitución e institucionalización del campo de estudios de la comunicación. Por una parte, ALAIIC, fundada en Caracas en 1978 y refundada en 1990, logró agrupar a los investigadores que hasta ese momento habían trabajado de manera individual y sin apoyos institucionales; como también promovió la formación de asociaciones nacionales. Por otra parte, FELAFACS, fundada en 1992, tuvo

1- Aunque en algunos casos la institucionalización cuenta con antecedentes más tempranos, vinculados a la creación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata cuya precursora Escuela de Periodismo data de 1934. Y la Licenciatura en Periodismo y en Comunicación Social de la Universidad Nacional de San Juan que nace de la Escuela de Periodismo y Curso Experimental en 1956.

una activa participación en la promoción de los estudios de comunicación mediante el apoyo a la creación y renovación de carreras de comunicación en toda América Latina. Asimismo, su espacio de difusión, la revista *Diálogos de la Comunicación*, se transformó en una fuente de referencia desde el momento de su aparición, que luego se consolidaría en virtud de su publicación constante y regular por más de veinticinco años.

En Argentina la institucionalización del campo comparte la misma lógica continental y se comienza a consolidar, no sin diversos problemas coyunturales y/o estructurales, con el nacimiento de carreras de comunicación de pre-grado y grado en distintas universidades públicas y privadas. Asimismo el proceso se desarrolla a partir de la creación de asociaciones que agrupan carreras e investigadores del campo: en 1983 nace la asociación denominada AFACOS, que posteriormente obtiene la personería jurídica para convertirse en la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS); posteriormente se crea también la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la República Argentina (REDCOM) y en 1995 se conforma la Red Nacional de Investigadores en Comunicación.

En este contexto de institucionalización, en la provincia de Jujuy se crea en 1992² la carrera Tecnicatura y Licenciatura en Comunicación Social, con sede en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. La iniciativa de creación de esta carrera universitaria surge por una serie de gestiones realizadas por el gremio de periodistas de Jujuy, el Sindicato de Prensa de Jujuy (S.P.J., encabezado por Ricardo Martínez, Secretario General del gremio en aquel momento), ante la ausencia de esta especialidad en el contexto local y la alta demanda de sus agremiados en formarse en la especialidad. Se realizan diferentes reuniones que se concretan a partir de la presencia de Jorge Calvetti, Gabriel Velásquez, Raúl Noro y el propio Martínez, quienes contactan a la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA) inspirados por la experiencia de creación de la Carrera de

2- La creación de la Carrera de Comunicación Social fue aprobada por el Consejo Académico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales el 20 de noviembre de 1991, por Resolución F.H.C.A. N°300/91. Una resolución posterior, la F.H.C.A. N°145/92, del 02 de julio de 1992, expedida por este mismo órgano, "aprueba el Proyecto de creación de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social". Sin embargo recién, el 29 de octubre de 1992, el Consejo Superior de la Universidad Nacional de Jujuy, por Resolución C.S.N° 187/92, aprueba la creación de esta carrera. Por este motivo es ese año, 1992, el que debe considerarse como referencia de su creación, sin dejar de reconocer el recorrido previo que tuvo que realizarse (como en la creación de cualquier carrera universitaria).

Comunicación Social de esa institución, puesto que había sido resultado de la intermediación del gremio de periodistas de jurisdicción nacional U.P.A. Por otra parte, periodistas formados académicamente también iniciaron una serie de reuniones, aunque en poco tiempo el grupo se disgregó. En estas reuniones participaron José Antonio Arrieguez, Hugo Delgado, María Cristina Luna Espeche de Argüello, Napoléon Aramayo, Héctor Espinoza y Liliana Molina, entre otros. Las principales preocupaciones de estos profesionales (titulados y de oficio) radicaba en capacitarse y obtener una titulación (Lello, 2007).

En virtud de diferentes situaciones que se fueron presentando, se generaron diferentes rumores debido a la creación de esta carrera, por lo que el Rector de la Universidad Nacional de Jujuy realiza declaraciones públicas confirmando su creación, las que fueron difundidas por los medios masivos de comunicación jujeños. Ante el inminente inicio de clases, en el primer cuatrimestre de 1992, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales toma plena responsabilidad por la creación de la carrera a pesar de que hasta ese momento ya había perdido a sus destinatarios originales y empezaba a ser demandada por diferentes sectores sociales que excedían la institucionalidad gremial. El esfuerzo gremial se diluyó pero quedó plasmado en la continuidad del proyecto, llevado adelante por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la que cambió su eje: en lugar de ser una carrera autofinanciada y pensada sólo para periodistas agremiados, se abre como una carrera accesible a toda la comunidad.

En el proceso de diseño del plan de estudios, se le solicitó al escritor e investigador Aníbal Ford un análisis crítico de las perspectivas y contenidos mínimos a ser considerados. En la nota de elevación del Informe sobre el Plan de estudios, del 13 de octubre de 1992, Ford sostiene: “He tratado de analizar el Plan respetándolo y trabajando en dirección a los contenidos de las materias y sus interrelaciones”. Allí la actuación de Ford fue protagónica al poner de relieve las condiciones geográficas de la carrera, en Jujuy, provincia de fronteras. Asimismo revisó críticamente la fuerte presencia de aspectos periodísticos que incorporaban en el flamante plan de estudios, y manifestó explícitamente la necesidad de considerar a la comunicación desde una perspectiva transversal a todos los procesos sociales, sin la estricta acotación a los medios de comunicación. Asimismo, en su informe planteó algunas observaciones preliminares sobre el perfil de la carrera y el de los egresados; realizó un análisis del campo académico de la comunicación; planteó la

distinción y aclaración de conceptos como comunicación y medios afirmando que no son sinónimos; propuso la relación entre comunicación, cultura y medios como un solo conjunto; estableció la distinción entre comunicación e información y entre comunicadores y comunicólogos³. Igualmente, Ford abordó la interrelación y perfil de las materias, analizando todos los subconjuntos del plan y, finalmente, desarrolló una serie de consideraciones complementarias en relación a la comunicación, la publicidad y el consumo, comunicación e informática, entre otras. En relación al primer punto referenciado, las observaciones preliminares sobre el perfil de la carrera y de los egresados, Ford puso en evidencia que el perfil del comunicador es doble: por un lado generalista y por otro lado apoyado en el periodismo gráfico. Propuso como alternativas volver más específico ese perfil, considerando “problemas de inter y transculturalidad característicos de una provincia como Jujuy, pero que son también tema central, como lo es la frontera [...]”. Además planteó que el crecimiento de la comunicación audio y audiovisual es inminente, por el crecimiento en el consumo de aparatos electrónicos, por lo que estos procesos deberían ser atendidos además de la problemática del periodismo gráfico.

La propuesta realizada por Aníbal Ford no recayó, luego de su análisis, en la modificación del plan de estudios (como ya se planteó), sino que devino en la incorporación de esas problemáticas a partir de los contenidos mínimos; a partir de la forma en la que se preveía el dictado de las clases y el desarrollo de talleres específicos vinculados a la producción radiofónica y audiovisual; como también en las interconexiones de materias al interior de ese plan. De la intervención de este pensador de la comunicación, de este comunicólogo, se destaca la lucidez en el planteo de la necesidad de incorporar algunos aspectos problemáticos, con plena vigencia en la provincia de Jujuy y en el campo de la comunicación en general aún veintitrés años después de su intervención, y el respeto por el breve camino andado por parte de quienes ya habían desarrollado ese plan.

Aníbal Ford fue asesor de la carrera por un tiempo, y las discusiones sobre el plan de estudios y el perfil (o los perfiles) del egresado fueron parte constitutiva. El 10 y 11 de septiembre de 1993 se desarrollaron unas jornadas de discusión sobre el informe de Ford, con su presencia en la Facultad de

3- Para Aníbal Ford un comunicador es quien ejerce profesionalmente la comunicación, y un comunicólogo quien “estudia, investiga, se interesa por los fenómenos de la comunicación” desde un campo académico.

Humanidades y Ciencias Sociales, en las que se profundizaron discusiones sobre comunicación, cultura, medios, contextos. Es importante destacar la intervención de otros docentes e investigadores en esas reuniones, que fueron fundamentales en la consolidación de la carrera, tales como: Marcelo Lagos, Luis Alberto Quevedo, Beatriz Guerci de Siufi, Flora Guzmán, Pedro Lipcovich y Alberto Alabí.

La aprobación del plan de estudios dejó estipulada una carrera universitaria, pública y gratuita, que consta de 35 materias divididas en 4 años de cursado, más una materia de Residencia Profesional y un trabajo de Tesis de Investigación como requisito para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social. Igualmente la carrera estipula un título de pre-grado intermedio, Técnico en Comunicación Social, al que se puede acceder luego de aprobar 27 materias, distribuidas en los primeros 3 años de cursado.

Formalmente, la carrera comienza a dictarse en el primer cuatrimestre de 1993, aunque en el año 1992 ya se registraban 275 estudiantes inscriptos. En el año de inicio de la carrera, se inscribieron 278 estudiantes nuevos, aunque en función de la matrícula inicial y diversas bajas posteriores, el total de registrados como autorizados para comenzar a cursar en 1993 fue de 402 estudiantes⁴. Esta matrícula de ingresantes se mantuvo de manera regular, levemente ascendente, en los siguientes 8 años del dictado de la carrera, constituyéndose un promedio de 322 estudiantes nuevos por ciclo lectivo. En este sentido, desde el inicio de la carrera y hasta el año 1999 se inscribieron 2578 estudiantes con la intención de cursar Comunicación Social; mientras que a fines de ese periodo se registraban 834 estudiantes activos regulares.

Datos estadísticos actuales, evidencian que desde el inicio de la carrera y hasta el ciclo lectivo 2014 transitaron por la carrera un total de 6866 estudiantes, registrados como ingresantes. El promedio de inscriptos anuales se puede establecer en 298 nuevos estudiantes por año; siendo el año 2006 el ciclo que tuvo menos inscriptos, con 175 ingresantes, y el año 2014 el que presentó mayor número de ingresantes, con 414 nuevos estudiantes. Por otra parte, el registro de activos plenos (personas que se encuentran cursando efectivamente la carrera, en alguna de sus etapas) en el año 2014 se estableció en un total de 1508 estudiantes.

4- Los datos referenciados fueron provistos por la Dirección de Estadísticas Universitarias de la Universidad Nacional de Jujuy.

Sin embargo, los primeros 8 años de dictado de la Licenciatura en Comunicación Social en Jujuy estuvieron signados por diversos problemas estructurales que impedían contener a la cantidad de estudiantes inscriptos, en términos cuantitativos, y fundamentalmente responder a sus expectativas de formación. Dichos problemas podrían traducirse en dos aspectos principales: infraestructura insuficiente y ausencia de docentes locales con formación disciplinar para el desarrollo de las materias del plan de estudios.

Los problemas derivados de una insuficiente infraestructura áulica para el dictado de las materias teóricas y talleres, se tradujo en una modalidad de cursado descentralizado y “nómade” ya que los estudiantes debían asistir a las clases tanto en las aulas habilitadas en la Facultad como también en otros espacios (prestados y/o alquilados) del centro de la ciudad. Es así que fue común ver cursando a los estudiantes de Comunicación Social en “el jardincito” (lugar en el que hoy funciona el principal anexo de la FHyCS, y que por entonces era Jardín de infantes y guardería), en el aula Magna de la Facultad de Ciencias Agrarias, en un edificio de calle Alvear (donde también supo funcionar Radio Universidad) y en el Estadio Federación de Básquet donde se dictaba Filosofía, cátedra transversal a la mayoría de las carreras de la Facultad de Humanidades.

Por otra parte, formar a Periodistas y comunicadores en momentos en que por la región no había más que experiencias privadas como la de la UCASAL en Salta, la UNSTA en Tucumán y la UCSE en Santiago del Estero; llevó a Jujuy a reproducir el modelo centralista del país, ya que los primeros docentes de las cátedras específicas de la carrera provenían mayormente de Buenos Aires. La periferia, nuevamente se nutría del centro, cuando la propuesta de la UNJu era seductora incluso desde lo económico (dedicaciones exclusivas, pasajes y alojamiento). En este sentido, el dictado de las materias específicas de comunicación y periodismo se concretó a partir de la conformación de un cuerpo de profesores universitarios “viajeros”, provenientes principalmente de Buenos Aires, pero también de Tucumán y Córdoba. Esta condición implicaba un dictado de clases irregular sujeto a los viajes a Jujuy de los docentes que, en general, se concretaban cada 15 o 20 días. Por otra parte, la ausencia de docentes locales derivó, en muchos casos, en la no apertura de algunas materias durante varios años, retrasando el tiempo previsto de cursado y egreso.

Entre los docentes que inauguraron, diseñaron y trazaron los primeros caminos de la formación de comunicadores jujeños aparecen diversos actores,

todos con formación específica y/o pertinente al programa de contenidos de la carrera: Luis Alberto Quevedo, Ariana Vacchieri, Josefina Rasedo, Rubén Levenberg, Pedro Lipcovich, Flora Guzmán, Arturo Álvarez, Roberto Bulacio, Marcelo Lagos, Ana Teruel, Gabriela Salas, Mirta Launay, Juan Ángel Magariños de Morentin, Omar Barberis, Carlos Saltor, y, con la carrera ya en movimiento, se integraron Paula Jure, Alejandro Kaufman, Marta Rondoletto, Flora Losada y Julio Lencina. También es de destacar a algunos docentes auxiliares de los primeros tiempos, como Rosa María Rodríguez, Héctor Espinoza, Marcela Pepe, Pablo Soza y María Cristina Luna Espeche de Argüello, entre otros.

Los complicados pero enriquecedores primeros años en el dictado de la carrera, produjeron los primeros egresados del ciclo intermedio de tecnicatura de pre-grado, en virtud del término de cursado y aprobación de las materias correspondientes; situación que comenzó a producirse a partir del año 1997. Sin embargo, la expedición de los primeros 13 títulos intermedios de Técnico en Comunicación Social se registra en el año 1999.

El primer graduado de la Licenciatura, Marcelo Brunet, defendió su tesis titulada “Propaladoras: historia de una alternativa de comunicación local en San Pedro” el 7 de junio de 2001, momento en que la carrera celebraba su primera Jornada de Periodismo y Comunicación (JORPCOM). Por tal motivo el aula 19 de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se vio colmada aquella mañana. Luego, en ese mismo año, se recibirían también César Arrueta y Ramón Burgos, todos graduados que posteriormente accedieron a becas de formación de postgrado y que luego se insertaron en los equipos de cátedras de la carrera.

Asimismo, el inicio de la primera década del año 2000 significó, en términos generales, la paulatina estabilización del dictado de la carrera y comenzaron a egresar técnicos universitarios en comunicación social de una manera estable y regular. Así, entre 2000 y 2014 se evidencia un promedio de 13 egresados por año, que accedieron al título intermedio previsto a los tres años de la carrera. En total, en ese periodo, se registran 205 Técnicos en Comunicación Social, egresados de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNJu.

Inicios del siglo XXI: nuevos problemas, nuevas miradas en el campo de la comunicación y la construcción de saberes con un anclaje local

El comienzo del siglo XXI y el nuevo milenio presentan un contexto de crisis global en el que se comienzan a cuestionar los logros de la globalización tecno-financiera, que resultan el marco del auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, de la videopolítica imperante y de la sociedad del espectáculo. Como destaca Florencia Saintout (2010), una serie de movimientos de signos, muy poco transparentes y sobre todo complejos, demarcan un contexto general en el que se consolida la idea fuerza de que la historia no ha muerto; y que el mercado no puede ser enunciado como la única plataforma desde la cual pensar la cuestión social. Este movimiento de signos aflora desde diversos frentes: en el año 2000 los valores bursátiles de la tecnología caen abruptamente y lleva a la quiebra a diversas empresas del sector; en 2001 los atentados a las torres gemelas en Nueva York y luego las guerras de Afganistán e Irak ponen en cuestionamiento los mitos del “poder blando” y de la democracia de las redes; en Argentina, y luego en diversas naciones del Cono Sur, los movimientos sociales irrumpen en el espacio público para denunciar los efectos negativos del neoliberalismo; en América Latina se desarrollan nuevas izquierdas que pretenden reivindicar viejas banderas pero también van a asumir nuevos planteos; asimismo, la crisis económica mundial demarca un escenario en el que se evidencia notoriamente cómo las consecuencias negativas de la globalización recaen sobre la amplia mayoría de los ciudadanos, mientras que los provechos y la gestión queda en manos de muy pocos.

En este contexto, en América Latina asumen gobiernos progresistas que, salvando sus diferencias, comparten discursos en los que proponen poner límites al fundamentalismo del mercado y reconstruir el Estado. Asimismo se crean instituciones como el Mercosur y la Unasur, en tanto alianzas regionales de gobiernos y sociedades para conformar un polo de mayor poder frente a los países centrales y con un objetivo a largo plazo orientado al desarrollo de un espacio regional integrado y una eventual construcción de una identidad y ciudadanía suramericanas.

Por otra parte, las discusiones globales en torno a la comunicación se traducen en el resurgimiento de las teorías tecnófilas en el debate multilateral,

cuando en 2003 y 2005 la ONU propicia la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en cuyo documento final de compromisos la comunicación se asimila casi exclusivamente a “comunicación por la red”. En dicha Cumbre prácticamente se desconoce el rol y la participación de los medios de comunicación tradicionales, tanto privados, públicos y comunitarios; se entiende al Estado como garante facilitador del libre juego del mercado para el desarrollo de la Sociedad de la Información y las desigualdades de propiedad, acceso y participación se reemplazan por el concepto de “brecha digital” (CMSI, 2006).

En América Latina, desde lo académico y en el específico ámbito mediático, comienza a cobrar fuerza el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, la globalización de formatos y contenidos, la flexibilización de la producción y diversos debates normativos regionales sobre medios. En estos debates, organizaciones sociales y académicos retoman las discusiones y la iniciativa para impulsar reformas del sistema comunicacional, tendientes a promover la democratización y la equidad en el sector. En las discusiones empieza a emerger la orientación a pensar el sistema comunicativo a partir de la noción de “servicio público” y en diversos ámbitos académicos cobra fuerza también la articulación entre comunicación y ciudadanía. Un hito fundamental para estos debates resultó la promulgación en 2009 de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, que reemplazaría al decreto ley de 1980 de la última dictadura militar.

En la primera década del año 2000, en el campo de estudios de la comunicación se consolida la tendencia de apertura hacia la diversidad de objetos de estudio y la multiplicidad de miradas y perspectivas epistemológicas y metodológicas. El espacio de estudios de comunicación se consagra institucionalmente en las ciencias sociales; pero dicha consolidación no implica pensar en una disciplina totalmente autónoma sino integrada por diversos puntos de anclaje (Saintout, 2003), aunque estos resulten móviles; lo que implica que el campo de la comunicación requiere de un trabajo muy creativo y su principal característica epistemológica recae en su carácter interdisciplinar y su pluralidad metodológica. En términos generales, estas perspectivas se vieron reflejadas en una tendencia constante hacia la proliferación de nuevos problemas de investigación y objetos de estudios que se abordan y resignifican desde el campo: las culturas juveniles; la complejidad de los procesos de recepción y re-semantización de los mensajes mediáticos;

los nuevos movimientos sociales; la ciudad como espacio de comunicación; las problemáticas y críticas en torno a la sociedad de la información y las nuevas tecnologías; la comunicación institucional, organizacional y empresarial; la vinculación entre comunicación, género y sexualidades; comunicación y salud; comunicación y procesos migratorios; las relaciones entre medios, política y poder; la vinculación entre comunicación y ciudadanía, entre otros.

En el marco de estos contextos socio-políticos y académicos, en el plano jujeño la llegada del siglo XXI significó el inicio de la construcción de un campo de estudios de la comunicación con perspectiva local. Paulatinamente, se fue configurando una embrionaria tradición de investigaciones en las que “lo local”, las condiciones periféricas de producción científica y las implicancias vinculadas a una región de frontera, fueron atravesando y caracterizando los temas, los objetos de estudio, las problematizaciones, las unidades de análisis, los enfoques analíticos y las conclusiones de gran parte de las investigaciones de los graduados jujeños en comunicación social.

En este sentido, el joven campo de estudios de comunicación en Jujuy y sus diversas líneas de investigación se comenzó a configurar principalmente en función de los trabajos de tesis de licenciatura desarrollados en la carrera durante los últimos catorce años (2001-2015). En este periodo se graduaron 56 Licenciados en Comunicación Social, que a partir de sus tesis fueron configurando una tradición de conocimientos científicos en comunicación, caracterizada por una amplia diversidad de objetos de estudio y perspectivas metodológicas pero unificada y atravesada por el anclaje en lo local. Estas producciones científicas jujeñas pueden ser agrupadas en, al menos nueve campos temáticos:

- **Historia de los medios y de prácticas mediadas:** bajo esta línea de investigación se encuentran trabajos que, desde una perspectiva histórica, exploraron el surgimiento, el auge, las prácticas discursivas y las mediaciones sociales en torno a distintos medios de comunicación locales: la historia de las Propaladoras en San Pedro de Jujuy; el surgimiento y desarrollo de las radios FM en la ciudad capital jujeña; el origen y las prácticas comunicativas en torno a la radio de onda corta; las memorias y relaciones mediadas entre la radio y las audiencias locales en el periodo 1940-1955; y una mirada histórica y comunicacional sobre el primer periódico de Jujuy, diario El Orden.

- **Medios de comunicación: producción, consumos y mediaciones:** por otra parte, el campo mediático y algunas producciones mediáticas específicas también resultaron objeto de estudio de las tesis locales, en busca de analizar la construcción discursiva, las prácticas de producción, las estrategias comunicacionales y las formas de consumo. Bajo estas perspectivas se analizó el consumo televisivo local un “talk show” internacional; la producción radiofónica en ámbitos educativos, las variables de producción radiofónica en el espacio público (radios abiertas), la construcción discursiva del “gaucho” en una radio local; como también las estrategias comunicacionales y aspectos creativos de la propaganda política electoral y la publicidad comercial.
- **Comunicación y Periodismo:** las investigaciones que se enmarcan en esta relación problemática transitaron diversas sub-líneas de trabajo en relación al periodismo: por un lado se encuentran trabajos que se preocupan por describir y analizar las rutinas de trabajo y los procesos de construcción de la noticia en órganos de prensa y diarios de la región; otros trabajos exploran las líneas editoriales y el rol político de programas periodísticos o medios de prensa jujeños; mientras que una tercera perspectiva se preocupa por analizar las percepciones de los lectores de prensa local acerca de la credibilidad y calidad informativa.
- **Comunicación Institucional:** en esta línea de trabajo se agrupan todas aquellas tesis que optaron por explorar, analizar y/o diagnosticar diversas facetas de la comunicación en los ámbitos internos y externos de instituciones estatales y no gubernamentales de la provincia de Jujuy. Los trabajos empíricos transitan por ámbitos de la administración pública en municipalidades; instituciones educativas; museos; organizaciones del tercer sector; instituciones sanitarias y el obispado de Jujuy.
- **Comunicación y nuevas tecnologías de la información:** en esta línea de investigación se evidencian estudios en torno a los usos diversos, apropiaciones sociales, implementaciones institucionales y discursos vinculados principalmente con algunas herramientas de Internet: el chat, redes sociales digitales y otras herramientas de comunicación.
- **Análisis textual y visual de discursos mediáticos:** puede considerarse también como otro eje de trabajo a la preocupación por analizar los discursos mediáticos textuales y visuales; desde distintas variables de

investigación como el análisis semiótico, argumental, ideológico o de contenidos. Bajo estas perspectivas analíticas se encuentran diversas tesis que empíricamente se enfocaron por ejemplo, en el análisis del humor político, la construcción de titulares de la prensa, el discurso publicitario, la intencionalidad editorial e ideológica en diarios locales.

- **Comunicación y género:** bajo esta línea de investigación inscriben aquellos trabajos que se ocupan de analizar las significaciones, roles y representaciones sociales desde una perspectiva de género. Concretamente las tesis desarrolladas se dividieron en dos ejes: la representación de la mujer en los diarios jujeños de referencia dominante y el rol desempeñado por las mujeres en una organización social y en el ámbito periodístico.
- **Comunicación, identidades y cultura popular:** este campo temático se caracteriza por una nutrida y diversa variedad de análisis que, desde la mirada comunicacional, trabajan en la compleja articulación empírica y conceptual entre identidades, representaciones, cultura popular y vida cotidiana. En este sentido, los trabajos de investigación jujeños integrados en esta línea transitaron por las siguientes problemáticas: la relación entre fútbol, política e identidad local; las representaciones y valores de la cultura Kolla; la construcción de la identidad regional en el campo literario; la construcción de lo colectivo y los discursos en movimientos sociales; las prácticas en la vida cotidiana urbana. Igualmente un conjunto de trabajos situaron la mirada comunicacional en “el barrio” como ámbito de análisis de las relaciones familiares, la participación vecinal, la construcción de identidades y representaciones de lo comunitario.
- **Comunicación, frontera y procesos migratorios:** asimismo las problemáticas comunicacionales vinculadas a los procesos migratorios y la relación de interculturalidad asociada a la región de frontera también resultaron atendidas desde las tesis de comunicación social locales. En este sentido los análisis se enfocaron en los procesos de inmigración boliviana en San Salvador de Jujuy y su relación con procesos de socialización, espacios de convivencia, religiosidad, entre otros aspectos.

Si bien la producción de conocimiento en el campo de la comunicación local no se circunscribe exclusivamente a las líneas de investigación

derivadas de las tesis de grado referenciadas precedentemente⁵, igualmente se considera que estos campos temáticos resultan fundamentales para diagramar un itinerario de la construcción del mapa de la tradición de saberes locales sobre la comunicación.

Sobre Viator, revista científica de comunicación desde los bordes

El nacimiento de *Viator*, revista científica de comunicación desde los bordes, resulta un síntoma de la consolidación del joven campo científico de los estudios de comunicación en Jujuy. Un campo de saberes en movimiento y expansión en términos epistemológicos, empíricos y relacionales. En este sentido, *Viator* surge con el ambicioso desafío de proyectarse como el principal modo de difusión de las actividades de investigación de la Licenciatura en Comunicación Social, de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy, pero también como espacio de integración de los saberes sobre comunicación que se produzcan en la gran región de frontera del noroeste argentino.

En función de este espíritu, se pensó en *Viator* (del latín, viajero o peregrino) como nombre para la revista; que constituye el que se ha definido como el más ambicioso relato de *Oxidación* (2003), de Aníbal Ford. En él, su personaje evalúa y analiza las maneras de realizar su viaje por la Puna y las Salinas Grandes jujeñas. En las indagaciones y relatos que aparecen en esta obra, se busca el sentido de la experiencia, lo que resulta directamente vinculado con la reflexión que se puede producir desde la comunicación social, pues quienes integran este campo intentan permanentemente explicar los sentidos de las experiencias.

El atravesamiento de la obra de Ford sobre la zona geográfica referida, permite una fuerte identificación con este referente de la comunicación y la cultura. Como ya se dejó planteado, la presencia de Ford en la carrera de comunicación ha sido importante, y la intención de recuperar sus conceptos y recorridos se materializa en la elección del nombre de esta revista. Este énfasis puesto de relieve es el que nos orienta en el pensamiento de la Revista *Viator* para construir un nuevo derrotero que nos permita realizar aportes a

5- Se plantea esta acotación ya que existe producción científica comunicacional al interior de las cátedras de la carrera de comunicación social, en proyectos de investigación financiados por organismos locales y nacionales, como también en trayectos de investigación de postgrado desarrollados por investigadores jujeños.

la comunicación, reflexionar en torno a prácticas y experiencias de diversa índole, sin dejar de pensar (y pensarnos) en relación al contexto de bordes y fronteras que nos determina de manera particular. Pero además, esta revista pretende constituirse en un sentido homenaje a su persona quien, junto a otras y otros, ha permitido legitimar a la comunicación como un campo con características propias dentro de las disciplinas sociales.

Definimos, entonces, a *Viator* como una revista científica semestral que publica artículos científicos originales y ensayos en relación a los diferentes problemas que se desarrollan dentro del vasto campo de la Comunicación. Así, podrán ser considerados para su publicación aquellos trabajos que aborden problemáticas enmarcadas en la relación comunicación y cultura, como también aquellas vinculadas con las problemáticas discursivas y del lenguaje, considerando, además, al campo de la comunicación abierto y permeable con otras disciplinas sociales y humanas. Las producciones podrán abordar las mediaciones, la vida cotidiana, la comunicación y la educación, las tecnologías, las prácticas sociales y culturales como sus instancias de representación, las problemáticas de las minorías, las migraciones y las comunidades originarias en clave comunicacional, las problemáticas de fronteras (tanto políticas como culturales), los procesos de construcción de identidades, el análisis de discursos y procesos semióticos (en su amplia consideración), la materialización y el análisis de los diferentes mundos semióticos posibles, los discursos hegemónicos y subalternos, las manifestaciones del poder y su ejercicio, las manifestaciones periodísticas y la construcción de los fenómenos mediáticos, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

Becerra, M. (2003). *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

Brunet, M. (2008). *Breve racconto de la investigación en Comunicación en Latinoamérica*. Mimeo.

Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (2006) *Compromiso de Tunes*. Documento WSIS/05/TUNIS/DOC/7-S. Tunes. ONU-UIT.

Follari, R. (2010). “La necesidad de lo epistemológico en Comunicación” En Arrueta, C., Brunet, M. y Guzmán, J; (eds.): *La Comunicación como objeto de estudio*. San Salvador de Jujuy: Ediciones DASS (17-36).

Ford, A. (2003). *Oxidación*. Buenos Aires: Norma.

Kuhn, T. (1996) *La estructura de las revoluciones científicas*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Lello, I. (2007). *Enseñanza de la comunicación social. Desarrollo social como criterio de pertinencia*. Jujuy: Ed. EdiUnju.

Mangone, C. (2007). “A quince años. Las polémicas sobre TV en los noventa, una excusa para discutir intervenciones intelectuales y políticas culturales”. *Cuadernos Críticos de la Comunicación y la Cultura*, núm. 3.

Martín Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: G. Gili.

Saintout, F; (2010). “Los ¿inmortales? Peligros de la transparencia y la persistencia de la mirada neoliberal en los estudios de comunicación”. ” En Arrueta, C., Brunet, M. y Guzmán, J; (eds.). *La Comunicación como objeto de estudio*. San Salvador de Jujuy: Ediciones DASS (79-94).

Saintout, F. (2003). *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. La Plata: Ed. EPC.

Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Ed. Biblos.

CLAUDIO AVILÉS RODILLA

Doctor en Comunicación (FPyCS, UNLP). Licenciado en Comunicación Social (FHyCS, UNJu). Docente ordinario de la FHyCS, UNJu, e investigador en la Unidad de Investigación en Periodismo, Acción Colectiva y Esfera Pública de la misma institución y del Centro de Investigación en Comunicación “Luis Ramiro Beltrán” (UCSE-DASS). Fue becario de CONICET. Publicó diversos trabajos académicos en libros y revistas especializadas en comunicación a nivel nacional e internacional. Coordina la Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy (EDIUNJu). claudiogaviles@yahoo.com.ar

MARCELO ANDRÉS BRUNET

Doctor en Comunicación (FPyCS, UNLP). Licenciado en Comunicación Social (FHyCS, UNJu). Estudios posdoctorales en CEA-UNC. Docente en la FHyCS, UNJu y en la UCSE-DASS. Vicedirector de la UCSE-DASS. Coordina en Centro de Investigación Luis Ramiro Beltrán de la UCSE-DASS. Es consejero por el claustro docente en la Comisión Coordinadora de la carrera de Comunicación de la FHyCS de la UNJu. Publicó en coautoría diversos libros sobre comunicación en contexto local y regional. marceloabrunet@gmail.com

CARLOS GONZÁLEZ PÉREZ

Doctor en Comunicación (FPyCS, UNLP). Licenciado en Comunicación Social (FHyCS, UNJu). Estudios posdoctorales en FPyCS, UNLP. Es docente y dirige proyectos de investigación en la UNJu. Fue becario de CONICET. Miembro del Centro de Investigación en Comunicación “Luis Ramiro Beltrán” (UCSE-DASS). Ha publicado libros, capítulos de libros y artículos en revistas científicas. Es Coordinador de la Licenciatura en Comunicación Social (FHyCS, UNJu). carlosfgonzalezp@yahoo.com.ar