



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARÍA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Industrias culturales, mediatización y procesos de identidad en Villa María

Año
2018

Directores del proyecto
Martínez, Fabiana y Sgammini, Marcela

Equipo de investigación
Giordanengo, Carina; Tymoszczuk, Mauro; Galasso, Cecilia;
Castillo, Jimena; Bovo, Guillermo; Ambort, Matilde y Fariña,
Victoria

Alumnos participantes
Benejam, Mayra; Maya, Maira; Ceresole, Lucía; O'Dwyer, María y Batiston,
Victoria

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Martínez, F., [et al.] (2018). *Industrias culturales, mediatización y procesos de identidad en Villa María*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional



INFORME ACADÉMICO FINAL

Proyectos de Investigación 2016-2017

PROYECTO:

INDUSTRIAS CULTURALES, MEDIATIZACIÓN Y PROCESOS DE IDENTIDAD EN VILLA MARÍA

DIRECTOR:

MARTINEZ, Fabiana

CO-DIRECTOR:

SGAMMINI, Marcela

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

Lic. Carina Giordanengo
Lic. Mauro Tymoszczuk
Lic. Cecilia Galasso
Mgter. Jimena Castillo
Lic. Guillermo Bovo
Lic. Matilde Ambort
Lic. Victoria Fariña

ALUMNOS INTEGRANTES:

Alumna Mayra Benejam
Alumna Maira Maya
Alumna Lucía Ceresole
Alumna María O'Dwyer
Alumna Victoria Batiston

1. INFORME ACADÉMICO DEL PROGRAMA/PROYECTO¹

Este Proyecto se inscribe en el campo de las investigaciones sobre “industrias culturales”, y se orienta al mapeo y análisis de la oferta mediática y cultural de la ciudad de Villa María, considerando su doble dimensión económica y simbólica, y enfatizando en el particular valor que adquiere en la actualidad en una “ciudad mediana”, como factor de desarrollo e identidad cultural. Teniendo en cuenta el crecimiento y la incidencia inédita que este sector ha tenido en la economía nacional en la última década, lo que ha provocado el



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

interés del anterior gobierno y el desarrollo de importantes estudios académicos, el objetivo principal de este proyecto fue obtener información actualizada sobre distintos sectores, y establecer tendencias en el contexto de Villa María, en la doble dimensión a la que aludimos anteriormente. El equipo ha logrado importantes resultados, tanto en los datos obtenidos, como en su actividad interna y externa, como explicamos a continuación, permitiendo la formación de recursos humanos a un alto nivel en el campo de los estudios de Comunicación y consolidando esta área de estudios en la Universidad Nacional de Villa María, en continuidad con estudios y subsidios previos (UNVM, FONCyT, Mincyt, etc.) y en relación directa con diversos actores de las industrias culturales (medios de comunicación, productores, agentes culturales, etc.).

Nuestra investigación se asienta en resultados obtenidos previamente, que confirman un complejo, intenso y creciente proceso de mediatización de las prácticas sociales en la ciudad de Villa María. Una profunda trama de medios de comunicación atraviesa a todos los sectores sociales, de manera diferenciada: su correlato es una expansión y una complejización de la oferta, lo que supone la multiplicación de los actores y modos de organización de los medios de comunicación, y un peso creciente de estas instituciones en la economía local. Este crecimiento de los medios es concomitante a la consolidación de este centro urbano como “ciudad mediana” y al rol que presenta como centro de desarrollo de la región. Por esta razón, en este panorama, para el desarrollo de nuestro proyecto han sido centrales los conceptos referidos a “industrias culturales”, “ciudad mediana”, “identidad local”; tanto como la implementación de técnicas cualitativas para el relevamiento de datos y de análisis del discurso para el estudio de la dimensión simbólica, tal como veremos a continuación. Los avances se ordenan según el proyecto inicial, que establecía para el primer año objetivos vinculados al estudio de la dimensión institucional y económica de los medios de comunicación, y para el segundo, un análisis de la dimensión simbólica e ideológica.

En primer lugar, el equipo ha desarrollado una importante tarea de relevamiento bibliográfico, lectura y discusión de materiales que permitieron consolidar y complejizar el marco teórico, particularmente en referencia a tres conceptos: “industrias culturales”, “identidad local” y complementariamente, “ciudad mediana”.

Respecto al primero, es posible afirmar que la dimensión económica de la cultura ha sido un campo de indagación central en los estudios de comunicación desde diferentes perspectivas, pues el desarrollo del capitalismo en su modo nacional primero y global después, marcó profundas mutaciones. Ya en la década del 40, la dimensión masiva de los medios de comunicación y su vínculo con la legitimación capitalista, generó profundas reflexiones filosóficas en la Escuela de Frankfurt. En la obra de Adorno y Horkheimer es posible encontrar por primera vez la categoría de “industria cultural”, sin embargo este concepto tuvo luego un devenir histórico orientado hacia una perspectiva que, sin dejar de ser crítica, intentó ser más descriptiva en relación a las articulaciones entre las lógicas de producción capitalistas con las formas de la cultura y los nuevos procesos sociales (de condiciones de trabajo, subjetivación,



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

formas del consumo, incidencia de las nuevas tecnologías), tanto en Latinoamérica (a través de los trabajos de Martín-Barbero, Canclini, etc) como en Europa (fundamentalmente a partir de la Escuela de Birmingham, y más recientemente en los aportes de la Economía Política, en particular los estudios franceses –Trembley, 1986, 2002, 2008-). Un primer punto de nuestras indagaciones teóricas ha estado orientado a un relevamiento de esta categoría teórica. Un conjunto de autores han considerado la transformación de aquella noción de “industria cultural” propuesta por Adorno y Horkheimer en su obra teórica de la década del 40. Zallo (1988, 2007), Tremblay (2008, 2009), Bustamante (2009), Raunig (2008), y en Argentina, Mastrini (2012), Szpilbarg y Saferstein (2014), han señalado los contrastes con una perspectiva que alude a las “industrias culturales” en plural, primero, y a las “industrias creativas”, después. Como señalan Szpilbarg y Saferstein “el concepto de industria creativa fue utilizado por los autores para describir este sistema de la cultura que funciona de la misma manera que cualquier empresa capitalista”. Considerada en una escala global (y ya no local), se produce una institucionalización que se vincula con la expansión de la comunicación y la toma de conciencia de los Estados nacionales que comienzan a reconocer la cultura como un medio para el desarrollo. Al destacar el rol que estos rubros presentan como dinamizadores de la economía nacional, por otro lado comenzaron a ser medidos por oficinas gubernamentales, sobre todo desde principios de siglo, en este sentido, una parte también de nuestra búsqueda se vinculó con la lectura y discusión de documentos y datos proporcionados por oficinas gubernamentales (Sistema de Información Cultural de la Argentina-SINCA, Dirección Nacional de Industrias Culturales de Presidencia de la Nación, Mapa Cultural de la Argentina, Centro de Documentación sobre Economía Cultural, Sistema de Información Cultural del MERCOSUR-Ministerio de Cultura, Sistema Nacional de Consumos Culturales, Observatorio de Industrias Culturales de la ciudad de Buenos Aires; algunas con publicaciones periódicas específicas que proporcionan datos actualizados, como el Atlas Cultural de la Argentina y el Informe de Coyuntura Económica sobre la cultura argentina (SINCA), Dossiers y Anuarios del OIC, etc.). De esta manera, se hace posible también referenciar el proceso regional al contexto nacional. Los datos referidos a esta configuración institucional fueron relevados en el primer año de trabajo del equipo.

En segundo lugar, los datos obtenidos, como veremos a continuación, exigieron una profundización en la noción de “local/regional”, pues es posible observar en la industria cultural de Villa María una alta vigencia de “contratos de consumo” vinculados a la realidad local. Se relevaron materiales teóricos que nos permiten pensar lo “local-villamariense” como la configuración de un “lugar antropológico” (en oposición a los no-lugares, los que según Augé son característicos de la sobremodernidad, y que se definen por su globalidad, soledad y anonimato), como un componente central y potente de la identidad local. Desde una perspectiva no esencialista y relacional de la identidad (Hall y du Gay, 2002), consideramos que en la industria cultural de la ciudad se despliegan un conjunto de sentidos que interpelan a los sujetos en términos de “imaginarios de localidad” (Rusconi, 2010) y de un “lenguaje de la identidad” (Augé, 1992), generando un código de “reconocimiento” que dota de sentido a las



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

prácticas cotidianas y los vínculos intersubjetivos (caracterizados como de cercanía, solidaridad, vecindad). Estas configuraciones de sentido fueron relevadas en el segundo año de trabajo.

Finalmente, también ha sido central en el marco teórico de nuestra investigación la consideración del concepto de “ciudad mediana”, a partir del cual es posible comprender el específico rol que los dispositivos mediáticos y culturales cumplen en el caso de Villa María. Si bien su tamaño puede variar según el contexto, existe un cierto acuerdo de que se trata de ciudades que oscilan entre los 20.000 y los 150.000 habitantes. No son ni grandes metrópolis ni pequeños pueblos (Michelini y Davies, 2009) y juegan un papel importante como centros de servicios y equipamientos especializados para una región, configurándose como importantes centros de desarrollo. Constituyen una mediación en los flujos (bienes, información, administración, educación, etc.) entre los grandes centros urbanos y las áreas rurales, entre los espacios locales/territoriales y los espacios regionales/nacionales. Suelen tener equipamientos educativos, hospitalarios y culturales y deportivos complejos (en el caso de Villa María: terciarios, universidades nacionales, estadios, centros de cultura municipales, realización de grandes festivales y encuentros, atención de alta complejidad sanitaria, etc.), y además, son ciudades que cuidan su proyección exterior y su dinámica cultural interna (Ballet y Jop Torné, 2004). En este contexto, la “mediatización” se presenta como un fenómeno que consolida el rol de Villa María como ciudad “intermedia/intermediaria” en la región a partir de un equipamiento tecnológico, comunicacional y de información que impacta inevitablemente en el territorio aledaño y el desarrollo local. Proporcionan, además, un imaginario que complejiza tanto la dinámica cultural interna como la construcción de identidad de la propia comunidad, es decir, moviliza procesos que se vinculan con dinámicas externas (de presentación frente al resto de la región, el espacio provincial y nacional, etc.) e internas (construcción de una identidad local y de un *ethos* villamariense, diferenciación de otros centros urbanos, etc.). En nuestra perspectiva, y como un componente que será central en nuestras próximas investigaciones, asumiremos la definición propuesta por la UNESCO en la Declaración de Lleyda (1999), al definir a estas ciudades como “centros que articulan su propio territorio a una escala más local o regional” y que disponen de una fuerte identidad y presencia en una zona, definiéndolas como “una escala adecuada para ensayar propuestas de urbanidad, gobernabilidad y sostenibilidad para la ciudad que queremos para un futuro”. En este sentido, este concepto cumple para nuestra equipo no sólo un rol teórico sino también programático, en la medida en que es necesario prestar atención académica a este fenómeno poco estudiado, pese a su importancia actual.

Desde el punto de vista de los datos obtenidos, se cumplió con los objetivos planteados en el Proyecto. En el primer año, todos los integrantes del equipo participaron en un relevamiento (análisis documental y entrevistas a actores claves) con el objetivo de reconstruir configuración institucional y económica de los medios locales, incluyendo diarios (3), revistas (6), libros y editoriales (1), radios (32), sitios digitales informativos (2) y canales locales (3). Estos datos permitieron corroborar los rasgos específicos de una economía de la



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

cultura: variedad de configuraciones institucionales (desde mega grupos a publicaciones artesanales), una oferta múltiple, un “servicio de experiencia” (Zallo, 2009), sustituibilidad y “clonación” de productos, continua innovación, adaptación a nuevos lenguajes, y un fuerte peso de la dimensión subjetiva en la definición de la demanda. En el segundo año, se avanzó en el análisis de las configuraciones de sentidos de estos productos, en parte recurriendo a la noción de “contrato de lectura” o “dispositivo de enunciación” (Verón, 1998, 2004). En este punto, fueron trabajos en profundidad: sitios digitales (Villa María en Vivo y Portal 5900), canales locales (UniTV y Canal Mirate), radios (de Villa Nueva y de Villa María), revistas (Cátedra Libre, Todo Agro, Revista Claves, Revista Wam+Cultural) y el diario local El Diario de Villa María. En todos los casos, se encontraron tematizaciones de acontecimientos de gran importancia para la comunidad, acontecimientos o no (inundaciones, demanda socioambiental, economía, jóvenes y cultura, desarrollo agroproductivo, realidad local y entretenimiento, etc.), lo que provocó la necesidad de profundizar en lo teórico acerca del funcionamiento de “lo local”, en un contexto en el cual se hibridan de modo complejo dinámicas regionales, nacionales y globales.

Desde el punto de vista de las actividades y los resultados institucionales, el equipo ha sido muy fructífero, consolidando tanto su composición grupal como la formación académica y de investigación de cada integrante:

- El Equipo convocó a reuniones regulares en las que se realizaron y discutieron: lecturas teóricas, implementaciones metodológicas, puesta en común de técnicas y datos obtenidos, discusión para la formulación de nuevas hipótesis y problemas, puesta en común de los textos a presentar en eventos académicos. Estas reuniones fueron claves para un avance sostenido del trabajo grupal y para la formación asistida de cada participante.
- En primer lugar, la totalidad de los integrantes ha participado en congresos internacionales y nacionales de Comunicación (ALAS Montevideo, Fadeccos, Red Nacional de Investigadores en Comunicación, Encuentro de Investigadores de la FCC-UNC), presentando resultados obtenidos en esta investigación. Así, tanto estudiantes como egresados, jóvenes docentes e investigadores ya formados difundieron y discutieron sus problemáticas y resultados en distintos eventos académicos. La asistencia a eventos implica también un trabajo de producción de reseñas, papers y trabajos que se publican en las respectivas Actas académicas, consolidando así el ejercicio de escritura académica y el fortalecimiento conceptual y metodológico de cada integrante. Esto redundó en publicaciones académicas que difunden el trabajo en equipo y fortalecen las trayectorias individuales. Cabe destacar que todos los asistieron al menos a un evento nacional.
- Esta modalidad de trabajo permitió el avance sostenido del trabajo grupal, y también una importante formación de recursos. El equipo cuenta con docentes jóvenes,



INFORME ACADÉMICO FINAL **Proyectos de Investigación 2016-2017**

estudiantes de los últimos años, becarios de Conicet y egresados, articulando en cada caso con distintos objetivos institucionales. Generó el contexto para la Dirección de Tesis de Licenciatura en Comunicación Social (con dos egresados en 2016-2017, y tres en curso), y el trabajo de cuatro tesis de Doctorado (Doctorado en Artes-FFyH, UNC; Doctorado en Comunicación Social, FCC-UNC; Doctorado en Semiótica, CEA-UNC), uno egresado en el año 2017 (Doctorado en Estudios Sociales de América Latina, CEA-UNC). En este lapso, cuatro alumnos se desempeñaron con Beca como Ayudantes de Investigación. Por otro lado, a lo largo de los dos años, cuatro alumnas obtuvieron y se desempeñaron exitosamente en Becas Estímulo a la Vocación Científica, generando una sinergia entre los desarrollos del Proyecto y las problemáticas a tratar en sus Tesis de Licenciatura.

- En relación a publicaciones, como se ha mencionado, contamos con publicaciones en Actas de Congresos nacionales e internacionales (Fadeccos, RedNIC, RedCom), como así también con la publicación de artículos en Centros de Investigación especializados de otras universidades nacionales que cuentan con carreras de Comunicación (sobre prensa y Nuevas Tecnologías en la ciudad de Villa María, Instituto de Estudios Comunicacionales Aníbal Ford, Universidad Nacional de La Plata). El equipo participó con dos artículos en las publicaciones de investigación organizadas por el IAPCS-UNVM. Finalmente, los resultados obtenidos fueron sistematizados y profundizados en el último tiempo, ya en función de la publicación de un libro que cuenta con artículos de la mayor parte de los integrantes del equipo y que se encuentra en prensa. Con esto, culmina un trabajo de producción y difusión de nuevos conocimientos en este campo.



INFORME ACADÉMICO FINAL Proyectos de Investigación 2016-2017

2. VINCULACIÓN CIENTÍFICA

2.1. Describir vínculos generados desde el Programa/Proyecto con referencia a demandas del Sector Productivo.

A partir de los desarrollos teóricos y metodológicos de este Proyecto de Investigación, y del diagnóstico de medios y agendas existentes en la ciudad de Villa María, se formuló un Proyecto de Extensión (año 2016/2017) orientado a la producción de un soporte gráfico orientado a consolidar instituciones y prácticas locales vinculadas al ideario cooperativo, teniendo en cuenta las demandas del sector cooperativo en Villa María y la ausencia de estos temas en los medios comerciales. Esta revista (El Acople) permitió resolver una demanda comunicativa de las cooperativas de la ciudad, además de colocar en agenda y hacer visibles diversas problemáticas de la Economía Social y Solidaria de la región.

2.2. Describir vínculos que respondan a demandas internas de distintas áreas de la UNVM.

De modo complementario al Proyecto de Investigación, se ha implementado un Proyecto Ventana orientado a obtener información sobre los públicos locales y el consumo de programación televisiva local, a partir de una metodología cuantitativa que da datos precisos y actualizados sobre gustos, preferencias, expectativas, de las audiencias de Villa María. Con este proyecto, se obtienen datos importantes para las políticas de comunicación y de medios públicos impulsada desde la Universidad Nacional de Villa María, en este caso, de UniTV, al generar información sobre preferencias de programación en las audiencias locales.

3. PUBLICACIÓN EN REPOSITORIO DIGITAL DE LA UNVM

AUTORIZO LA PUBLICACIÓN DE ESTE INFORME ACADÉMICO FINAL EN EL REPOSITORIO DIGITAL DE LA UNVM: SI