

**Políticas de comunicación y cultura en la
ciudad de Villa María. Industrias
culturales y comunidades
experimentales. Estudios de casos
UNITeVe y Polaroid House**

ANEXO

Año
2018

Directoras del proyecto
Monje, Daniela Inés y Mercadal, Silvina Laura

Equipo de investigación
Montali, Gabriel; Zanotti, Juan Martín y Paredes, Mariano

Alumna participante
Martoglio, Florencia

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

Monje, D. I., [et al.] (2018). *Políticas de comunicación y cultura en la ciudad de Villa María. Industrias culturales y comunidades experimentales. Estudios de casos UNITeVe y Polaroid House. Anexo*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



INFORME ACADÉMICO UNVM - año 2017-

INFORME ACADÉMICO

Con el proyecto el equipo se propuso analizar Políticas de Comunicación y Cultura e Industrias Culturales en la Ciudad de Villa María, considerando diferentes circuitos de producción, circulación y consumo, y recuperando en los casos de análisis tanto políticas estatales como no estatales. La investigación propuesta se estructura en base a un conjunto de presupuestos teóricos comunes, y a su vez se desagrega en dos núcleos de trabajo diferenciados que se desarrollaron en estos dos años de trabajo.

El **primero** se refiere al estudio de Industrias Culturales locales, y pone especial acento en las políticas estatales de comunicación y cultura vinculadas a la creación, puesta al aire y desarrollo del canal universitario denominado UNITeVe perteneciente a la Universidad Nacional de Villa María. El caso resulta de interés en el marco del incipiente desarrollo que tuvieron los medios públicos estatales, en particular las televisoras universitarias, a partir de la sanción de la ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009, y de la creación -el mismo año-, del sistema de Televisión Digital Terrestre, en virtud del cual todas las universidades públicas del país fueron beneficiadas con una reserva de espectro digital (Monje y Zanotti, 2015).

Tal como hemos señalado en trabajos anteriores (Monje, 2015; Monje y Mercadal, 20014 y 2015), aún cuando el cambio normativo y las políticas públicas de capacitación, infraestructura y equipamiento conforman una escena sin precedentes en el país, el proceso de puesta al aire y sostenimiento de estas televisoras públicas ha resultado en extremo complejo. Tanto desde su identidad diferenciada de otras televisoras públicas y privadas, como en relación a los diferentes proyectos políticos, académicos y culturales desde los que parten, su inserción comunitaria o local según los casos y la propia dinámica que deben asumir en sus lógicas de producción, circulación y consumo como parte de la Industrias Culturales, las televisoras públicas universitarias argentinas representan una zona de creciente interés para la investigación. En ese marco, UNITeVe, puesta al aire en junio de 2016, se define como una experiencia local relevante al tiempo que constituye una de las primeras experiencias de TDT a nivel nacional. Sobre este caso se administró la primera encuesta de consumos de medios en la comunidad educativa de Villa María. Sus resultados se adjuntan a este informe.

El **segundo** por su parte busca indagar las políticas culturales mediante la exploración de “ecologías culturales” (Laddaga, 2007) en la ciudad de Villa María, lo cual implica realizar un movimiento por fuera de los circuitos de la gestión estatal para considerar la creación de espacios alternativos en los que convergen distintas experiencias y prácticas artísticas. El análisis cultural de la última década ha comenzado a analizar tales procesos en términos de una formación estética postautónoma (Ludmer, 2010), eso es, la formación de una cultura de las artes que difiere de la modernidad estética (Laddaga, 2007), donde las fronteras entre prácticas se vuelven porosas. En relación a tales perspectivas ciertas prácticas culturales ya no se organizan en torno a las figuras del autor y de la obra, ni parten de la concepción del público como un espectador retraído, ni tampoco de los criterios de legitimidad que habían fijado las instituciones tradicionales del campo artístico. Al contrario, las nuevas tendencias exploran las potencialidades de la vida común, a los fines de recrear espacios de sociabilidad que

recompongan los lazos sociales deteriorados por el predominio de una “razón neoliberal” (Gago, 2014).

El problema de investigación planteado propone un análisis articulado de políticas de comunicación y cultura -estatales y no estatales- en la ciudad de Villa María, que permita leer tanto en clave de Industrias Culturales, como en la perspectiva de las “ecologías culturales” fenómenos de comunicación y cultura emergentes.

Las hipótesis de partida que definen la orientación de las dos líneas desarrolladas en esta investigación postulan que: a) las políticas nacionales de televisión pública universitaria tienen diferencias significativas con los proyectos de implementación de las señales audiovisuales, b) las televisoras universitarias requieren lógicas de producción, sustentabilidad y modelos de negocios vinculados a las Industrias Culturales para garantizar su consolidación y permanencia en el tiempo, c) el acceso y participación ciudadana tiene mecanismos de convocatoria y realización diferenciados en tanto la política cultural y de comunicación sea estatal o no estatal y d) las ecologías culturales aportan nuevos modelos para pensar las políticas culturales.

El trabajo de investigación realizado durante los últimos años por nuestro equipo de investigación ha producido un estado del arte sobre medios públicos, subalternidad y poder por una parte y sobre Políticas Nacionales de Comunicación en relación a medios públicos por otra.

Allí, entre otros aspectos hemos señalado que la aplicación de Políticas de Comunicación y Cultura en Argentina -y otros países de la región- en torno al sistema de medios públicos audiovisuales pueden restringir o habilitar la emergencia de actores y sus disputas por el sentido considerando situaciones de subalternidad y vínculos con el poder.

La cuestión se exploró considerando aportes específicos de nuestro campo intelectual para reconocer en la trama de los medios rasgos de la cultura popular (Ford, 1994, Martín-Barbero, 1987), lo que supuso además considerar que los movimientos sociales disputan su reconocimiento, esto es hacerse visibles socialmente en su diferencia (Martín-Barbero, 2001). En este marco lo que ocurre con una televisora pública universitaria, representa sin dudas una incógnita, puesto que el encuentro entre las dimensiones de lo culto, lo popular y lo masivo, en esta nueva superficie mediática puede manifestarse en formas muy diferentes. Por otra parte analizar a las televisoras públicas universitarias, desde la matriz de Industrias Culturales, considerando que participan de lógicas propias del sector info-comunicacional, incluso de los dilemas que se plantean frente a la convergencia, la producción de contenidos, la sustentabilidad y las audiencias. Así recuperamos como parte de nuestro marco teórico de referencia los estudios de Economía Política de la Comunicación, sobre la base de los cuales hemos trabajado en nuestras investigaciones anteriores y en función de los cuales podemos orientar nuestro trabajo afirmando junto a N. Garnham que “en el estadio del capitalismo avanzado, la superestructura se industrializa” (Garnham, 1991).

En relación al estudio de las políticas culturales en tanto campo de problemas, reconocemos distintas aproximaciones. En *Historia y teoría de la política cultural* (2004) George Yúdice y Toby Miller plantean la relación de la cultura con la política en un registro estético y otro antropológico: en el registro estético la producción artística involucra las prácticas creativas atendidas por la crítica y la historia cultural; en tanto el

registro antropológico aborda a la cultura como “la manera en que vivimos”. Así, para los autores mientras el registro estético comporta diferencias *dentro* de las poblaciones (en el acceso a determinados bienes culturales), el antropológico permite reconocer las diferencias *entre* las poblaciones. En esta perspectiva, la política cultural “es un puente entre los dos registros” (Yúdice; Miller: 2005:11) debido a que abarca los soportes institucionales que tienen a su cargo acciones orientadas a canalizar la creatividad estética y los estilos colectivos de vida. El caso de Polaroid House resulta interesante pues allí convergen el registro estético con el antropológico, en el diseño de un espacio donde las prácticas creativas responden a las posibilidades y/o condiciones de la vida cultural en la ciudad.

Asimismo, el caso requiere incorporar al análisis prácticas culturales en el espacio social, teniendo en cuenta la invención o recreación de espacios de sociabilidad -una noción clave de la sociología simmeliana-, ya que la sociabilidad es concebida como una forma lúdica de interacción pero también es “estar juntos porque sí”, por fuera de las coerciones del cálculo, la búsqueda de dinero o de poder.

Polaroid House se presenta como una experiencia revelante pues en el espacio convergen distintos circuitos (música, teatro, plástica), es decir, prácticas creativas locales, con las respectivas maneras de pensar tales prácticas (sensu Ranciere), que a su vez comportan representaciones sobre lo común y la comunidad. En las entrevistas con los distintos gestores del espacio surgen estas representaciones de la ciudad, donde se evidencia como el espacio social se encuentra tramado por los imaginarios. Así Villa María aparece como una ciudad vinculada a la actividad rural, con una burguesía agro-industrial que manifiesta poco interés en la actividad artística, o conservadora en sus gustos estéticos.

En las entrevistas con los iniciadores y luego gestores del espacio surgen varias dimensiones a considerar: la historia del espacio en relación de la historia cultural local, modalidades de gestión en períodos de relevo de los actores a cargo del espacio, circuitos culturales y públicos que articula. El espacio inicia con la gestión de Juan Pablo Amante, en el año 2010, en la casa de calle Mendoza, con la denominación BauHaus- en la actualidad devenida productora- con una agenda interdisciplinar que incluía muestras de artes plásticas, música en vivo y performance. En 2011 continúa la gestión Marina Bossa, fundadora de la galería de arte “Los 4 gatos”, y la agenda se centra en la música en vivo con jueves de *jam de jazz* -en la que participan músicos locales- y géneros musicales del circuito independiente, es decir, que no están subordinados a la lógica de rentabilidad de la industria cultural. En este período el espacio cambia su denominación por Polaroid House, adquiere prestigio en el circuito del jazz cordobés, las bandas independientes de la ciudad y la provincia, y aloja con sus presentaciones a los músicos locales. En algunos casos se trata de músicos en formación que proceden de la carrera de música popular de la UNVM. En octubre de 2014 compran la llave del bar Fausto Vercellino, Laura Livetti y Guillermo Sánchez, quienes plantean una continuidad con el modelo de gestión de Bossa, es decir una agenda en la que predomina la música en vivo, aunque con una inflexión, los días sábados se suele programar “Fiesta pacheca”, es decir, presentaciones de música popular (cumbia villera o tango) que realizan músicos formados en la UNVM. Así el caso de Polaroid House configura una “ecología cultural” en tanto forma organizativa que conecta a distintos actores, facilita modalidades de interacción creativa o lúdica (Simmel, 2002), a la vez que genera mecanismos de identificación en tanto comunidad.

De acuerdo a Laura Livetti -actual gestora del espacio hasta 2017- allí se expresa “la movida de los otros”.

Si bien Polaroid House es un espacio novedoso dentro del circuito cultural local, no responde a la caracterización de “comunidades experimentales” o proyectos constructivistas (*sensu* Laddaga) pues más que crear modos de vida social, recrea una forma de sociabilidad. Por esta razón, consideramos que el espacio en su materialidad puede ser pensado en tanto *locus* que hace posible una serie de interacciones en una trama de relaciones sociales, formas de estar-con-otros de carácter lúdico que se expresan y visibilizan en el espacio.

En este sentido una concepción ampliada de la política cultural puede dirigir su atención a las formas de sociabilidad que se manifiestan en este espacio, que -decíamos- recrea formas propias de la vida cotidiana con distintos acentos, incluye a grupos de afinidad (elenco de teatro o proyectos de músicos locales), insta un espacio fronterizo entre lo privado/ público que difiere de los bares en salones o locales comerciales, debido a que conserva rasgos del mundo doméstico.

El espacio se caracteriza por recibir público universitario en un 80 %, también por su carácter transgeneracional pues en su composición etaria abarca a personas de 18 a 60 años, aunque este aspecto se deba pensar asociado a la prolongación de experiencias propias del período de juventud a la vida adulta en las últimas generaciones.

Por último, en tanto emergente de la cultura local el caso analizado muestra la persistencia de ciertos significados y valores en la manera de concebir la actividad cultural en la ciudad-, así su carácter emergente estaría en las relaciones y prácticas que el espacio hace posible, y la base social de las prácticas (en el que predominan jóvenes con acceso a la educación superior).

VINCULACIÓN CIENTÍFICA:

Durante el período de desarrollo del proyecto los integrantes del equipo han mantenido encuentros con el coordinador de UNITV, Mariano Paredes, quien a su vez participó en el proyecto, y se desempeñó como informante clave y lazo institucional con la emisora universitaria. En el año 2016 los miembros del equipo realizaron una visita al canal para conocer aspectos organizativos, técnicos y rutinas productivas. Se realizó asimismo una entrevista con el coordinador de UNITV, que sirvió de insumo para la elaboración del artículo titulado “Políticas de comunicación y cultura para televisoras universitarias argentinas: El caso de UNITV” presentado al X Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC – 2017), VIII Encuentro Pan-Americano de Ciencias de la Comunicación (PANAM-2017) desarrollado en julio de 2017 en Quito, Ecuador.

Para el análisis del caso Polaroid House se entrevistaron a los gestores iniciales y actuales del espacio: Juan Pablo Amante, Marina Bossa, Fausto Vercellino, Laura Livetti y Guillermo Sánchez.

En el segundo semestre se organizó la Jornada “Política, subjetividad y prácticas culturales”, de manera conjunta con el equipo dirigido por la Dra. Laura Maccioni en SECYT-UNC, la que tuvo lugar el día 15 de noviembre de 2017, en la sede Córdoba de la UNVM. La propuesta de la jornada fue generar un espacio de reflexión y diálogo en torno a problemáticas en común que abordan nuestros equipos, a saber: “Formas del desacuerdo: configuraciones de la subjetividad en textos y experiencias artísticas,

literarias y comunicacionales” dirigido por la Dra. Laura Maccioni –radicado en SECyT-UNC- , “Espacios controversiales: Derechos, Políticas y Economía de la Comunicación y el Audiovisual en la Argentina contemporánea” dirigido por la Dra. Daniela Monje radicado en SECyT-UNC y “Políticas de Comunicación y Cultura en la ciudad de Villa María. Industrias culturales y comunidades experimentales: estudio de los casos UNITV y Polaroid House”, Instituto de Investigación UNVM, también dirigido por la Dra. Daniela Monje.

En la jornada participaron los siguientes expositores: Dr. Victor Lenarduzzi (UBA-UNER), Mgter. Florencia Magaril (Especialista en Gestión Cultural, Coordinadora de Antena), Juan Pablo Amante (Bau-Haus, Escena), Guillermo Sánchez (Polaroid House), Diana Segado, Fernanda Albornoz (La Tinta, medio gráfico cooperativo), Gabriel Noguera (La Guanipera, Radio alternativa).

Los objetivos del encuentro fueron: 1) Analizar las formas de construcción de subjetividades, socialidades en la cultura contemporánea, 2) Considerar la importancia de los espacios autónomos y autogestivos en la transformación de la escena cultural, 3) Generar un espacio de diálogo, debate, intercambio de experiencias en torno a cultura, política, autonomía y subjetividades.

DEMANDAS INTERNAS de la UNVM

Con relación al canal universitario de la UNVM, UNITeVe tal como se prevé en el proyecto, se implementó una encuesta que buscó recuperar información no sólo referida al canal sino más ampliamente a los **Consumos Mediáticos de miembros de la comunidad académica de la UNVM**. Esta decisión se tomó luego de un primer intento fallido por realizar una encuesta poblacional sobre toda la ciudad de Villa María y Villa Nueva referida al consumo de medios y en particular de UNITeVe. Esta propuesta inicialmente aceptada por el canal como una vía para recuperar información sobre consumos y audiencias y que preveía en el proyecto original una vía de financiamiento complementaria, fue finalmente desestimada por el canal por decisiones ajenas al equipo, con lo cual debimos reorganizar la indagación en función del presupuesto asignado para esta tarea en el marco de la investigación original. Se decidió por tanto circunscribir el análisis a la comunidad educativa de la UNVM. Quedaron de este modo cubiertos diferentes claustros (no se incluyó al claustro de egresados) y todas las carreras.

Se realizaron 294 encuestas de las cuales el 85% correspondió a estudiantes de la universidad, el 14% a los docentes y el 2% a los no docentes. De ese total, el 68% de los encuestados tiene entre 18 y 24 años, otro 10% tiene entre 25 y 29, un 11% entre 30 y 40, y apenas un 10% del total fueron encuestados mayores de 40 años. Los resultados de este relevamiento se incluyen en un informe anexo que acompaña esta presentación. Vale aclarar que se trata de la primera encuesta sobre consumos mediáticos de la comunidad de la UNVM y la primera sobre el consumo y penetración del canal UNITV en una población conglomerar definida por proximidad y vínculo institucional.