



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Comunicación en Movimiento.

Prácticas periodísticas en territorio

Santiago Giorello, Mauro Román, Javier Erij y Luis García

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

## Comunicación en Movimiento.

### Prácticas periodísticas en territorio

**Santiago Giorello**

[sgiorello@undav.edu.ar](mailto:sgiorello@undav.edu.ar)

**Mauro Román**

[maccattoli@gmail.com](mailto:maccattoli@gmail.com)

**Javier Erij**

[javiererlij@gmail.com](mailto:javiererlij@gmail.com)

**Luis García**

[lagimagen@yahoo.com.ar](mailto:lagimagen@yahoo.com.ar)

---

Universidad Nacional de Avellaneda  
Argentina

### Resumen

El presente trabajo trata sobre los procesos llevados a cabo durante la creación del espacio Comunicación en Movimiento entre docentes, estudiantes y no docentes del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Avellaneda.

El mismo implicó la creación de un diario digital –[www.coemudigital.com](http://www.coemudigital.com)– con producción basada en el territorio, articulado a un espacio radial en Radio UNDAV FM 90.5 Las producciones periodísticas tienen como objetivo generar espacios extracurriculares donde se puedan ver plasmados los recorridos pre profesionales de los estudiantes, coordinados por docentes la carrera, quienes también aportan desde su formación con producciones propias, y con la particularidad de incluir en los procesos a los trabajadores no docentes en el armado de los encuentros y

difusión de actividades.

Las producciones están abiertas a todos los estudiantes de las carreras de Periodismo, como también la posibilidad de compartir los artículos que escriben docentes de la Undav, generando contenido de orden local, reflejando la idiosincrasia de los habitantes del partido de Avellaneda.

Con respecto a Radio UNDAV FM 90.5 los estudiantes tienen la posibilidad de armar productos de calidad supervisados por reconocidos profesionales del área radiofónica. Por otro lado Comunicación en Movimiento buscar articular con diversas instituciones educativas del país, cumpliendo con el rol de una de las patas claves de la docencia: la extensión universitaria. Así participa en este primer año de trabajo en la generación de nuevas plataformas periodísticas que se desarrollarán en la ponencia.

## Inicio

El presente trabajo aborda las experiencias y dilemas realizados en el primer año de trabajo de la agencia de noticias "Comunicación en Movimiento UNDAV" ([www.coemudigital.com](http://www.coemudigital.com)) el cual nace a partir de reconocer la necesidad de generar un producto digital en el partido de Avellaneda que contenga información local, regional y de interés ciudadano de zona sur. Esto tiene que ver con promover la participación en procesos de extensión universitaria traducidos en la zona y el país. Asimismo los marcos legales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>i</sup> y la sanción de la ley Argentina Digital<sup>ii</sup> fueron marcos de referencia y de estudio tanto para la realización de la encuesta como para la puesta en marcha del espacio. El diario, integrado por distintos claustros de la UNDAV, busca a su vez plasmar distintas producciones realizadas en el marco de los procesos de formación de grado. Así han surgido distintas experiencias que los estudiantes han propuesto, como la realización de entrevistas y coberturas en las calles de diversas temáticas como reclamos, expresiones artísticas y culturales. Algunos ejemplos en este año fueron atravesados por emergentes atravesados por la necesidad de mejora salarial, como la manifestación del cuerpo docente universitario, acompañado por miles de estudiantes y no docentes en abril pasado.

Por otro lado, como posicionamiento político pedagógico del portal, se consensuó no colocar el área de "seguridad", pensada por medios hegemónicos desde la lógica de la propiedad privada. Más bien, hacer hincapié en la educación, salud y derechos humanos desde la inclusión o áreas que fomentan este tipo de necesidades básicas con el ejemplo colectivo.

Una sección especial del diario digital tiene que ver con "Historias de la Ribera", en articulación con la materia curricular "Escritura Creativa", donde las y los estudiantes producen trabajos finales donde se sitúan en diversas instituciones o personas destacadas por su entorno. Así, se retrata por ejemplo la vida del Padre Francisco en Isla Maciel, o de clubes deportivos de la zona, como Victoriano Arenas. En la materia "Periodismo Gráfico", se vuelcan distintas informaciones con respecto a los sucesos que traccionan la vida cotidiana de Avellaneda y la zona, como lo es en este año la situación de las cooperativas y fábricas con respecto a las condiciones de vulnerabilidad laboral.

Se intenta romper con los procesos de estigmatización que empresas concentradas de medios realizan periódicamente sobre las localidades del conurbano, estableciendo las cadenas de equivalencias en tanto inseguridad – violencia – sangre – peligros - muertes. Esto ha surgido de trabajos de los estudiantes de la carrera de periodismo en el marco de la materia "Análisis Periodístico", donde desmenuzan y producen conocimiento sobre la construcción de contenidos en los periódicos nacionales y locales.

Coemu también se aboca a la cobertura de eventos desarrollados en la Universidad, como fueron en este 2016 el plenario del Consejo Interuniversitario Nacional –con la presencia de los rectores de todo el país-, o la semana del periodista, con más de 30 ponentes durante los cinco días de la semana.

Por otro lado, docentes especializados en sus áreas de conocimiento envían notas semanales sobre temas coyunturales, como por ejemplo en Periodismo Internacional, Periodismo Digital o Análisis Periodístico. La idea es sistematizar estas producciones de los distintos claustros, con las mejores notas en un libro con formato de anuario.

El portal cuenta con un promedio de 500 visitas diarias, donde un 80% de las mismas provienen desde la difusión vía Facebook y Twitter. La idea de las producciones tiene que ver con escaparle a la inmediatez de la información, para poder producir materiales de lectura más profunda y elaborada, que permitan pensar al análisis de la información de una mirada multidisciplinar y abarcativa. Coincidimos con Jesús Martín Barbero en un planteo que refiere a la disputa por nuevos escenarios de comunicación: "Lo que ahí se nos plantea es la envergadura antropológica de los cambios que atravesamos y las posibilidades de inaugurar escenarios y dispositivos de diálogo entre generaciones y pueblos" (Martín Barbero; 2002)

Para llegar a este producto, el diagnóstico comunicacional fue reconocido a partir de una encuesta que se realizó en el año 2013 y 2014 sobre el eje temático "Cómo se informan los Avellanedenses", que detallaremos a continuación.

En el 2013 se tabularon resultados sobre un total de 900 habitantes del partido de Avellaneda y el objetivo de ésta primer encuesta fue averiguar cuáles son los medios de comunicación que más usa el habitante del Partido de Avellaneda (locales, regionales, provinciales, nacionales) y cuáles son los estilos de programas que prefiere a nivel nacional. De esta manera, propio de la coyuntura actual, fue importante diferenciar si era usuario de las redes sociales y cuánto tiempo le dedicaba a esa actividad. En el año 2014 se incorporó la zonificación, a los efectos de tener un mapeo de resultados de todas las localidades del Partido de Avellaneda y se encuestaron un total de 514 casos válidos para esta primera etapa, contemplando la posibilidad de una segunda para el 2015 con el objetivo de historizar el objeto de estudio.

En cuanto a la metodología de trabajo es importante reconocer que la encuesta realizada es supervisada dentro y fuera del aula por el docente a cargo de la materia Producción y Gestión de Medios (materia cuatrimestral de primer año de la Licenciatura en Periodismo Universitario), quien ha de acompañar la metodología de investigación en todo su proceso, brindando así apoyo a los estudiantes y priorizando la construcción del saber en la praxis.

Las encuestas se realizaron en las siguientes localidades del Partido de Avellaneda: Isla Maciel, Dock Sud, Gerli, Sarandi, Wilde, Villa Dominico, Piñeyro, Centro de Avellaneda, zona del Centro Comercial Alto Avellaneda y Villa Tranquila. Los encuestados fueron ciudadanos comprendidos entre los 16 años hasta más de 65. Solamente para poder visualizar las diferencias en cuanto a roles y preferencias, se dividió entre hombres y mujeres lo que no implica una posición binaria con respecto al género.

Los resultados más relevantes y que sustentaron la creación de COEMU obtenidos en este trabajo de investigación fueron:

- ✓ Facebook es la red social que más priorizan los ciudadanos de Avellaneda para la conectividad. Por lo cual los jóvenes y los adultos hasta los 40 años aproximadamente, utilizan la radio y las redes sociales como medio de comunicación más importante, siendo la televisión el elegido por los adultos mayores a esa franja etaria.
- ✓ En materia gráfica (de los que se informan) la mitad respondió que accede a diarios locales para informarse, mientras que el resto se repartió entre la difusión del Municipio a través de folletos o revistas, como así también la guía de amigos o familiares como comunicadores informales. Los diarios son cada vez menos leídos por los jóvenes.

- ✓ Los jóvenes entre 16 y 34 años, poco se informan sobre las noticias del Partido de Avellaneda, y los que lo hacen usan Twitter o Facebook.
- ✓ La producción local es otro punto a destacar. No hay grandes motivaciones en los encuestados, que prefieren escuchar radios y programas audiovisuales nacionales para informarse. Esto se considera importante de destacar en función de la escasa oferta en materia de comunicación que ofrece el partido.

Al tabular los resultados de la encuesta el equipo de trabajo concluyó que las tecnologías de la información y la comunicación actualmente constituyen uno de los sectores más dinámicos de la vida de los sujetos y uno de los que más contribuyen al crecimiento de la actividad, la productividad, el empleo y la educación, beneficiando directamente al interés general.

Asimismo estos sustentos teóricos fueron además justificados por la necesidad de una plataforma web donde los estudiantes y docentes de la Universidad Nacional de Avellaneda en general tengan un lugar donde plasmar y hacer circular sus notas periodísticas, partiendo de la importancia de que el conocimiento académico se complementa y afianza en la praxis misma de la profesión.

Por otro lado es menester dar cuenta que no existía en la UNDAV un espacio donde los estudiantes puedan publicar sus notas periodísticas, los canales formales de información con los que la casa de estudios cuenta brindan información institucional y sus equipos de trabajo son rentados y contratados por la misma. En función de ello desde COEMU se plantea que aquel interesado en difundir sus producciones periodísticas puede ser parte de este espacio digital y que en articulación con un docente/editor podrá seguir trabajando la nota en cuestión mejorando de esta manera la redacción de la misma. Afirmando que el proceso de aprendizaje no finaliza con la cursada y aprobación de una materia sino que es continuo y que implica compromiso por parte de estudiantes y docentes.

El rol indiscutido de las redes sociales y las TIC's en general en la vida cotidiana de las/los adolescentes y adultos afirma la importancia del proceso de integración cultural en tanto apropiación de estas plataformas como nuevas formas de presentación del sujeto social en las relaciones de amistad, educativas, informativas y artísticas en general. Como señala García Canclini, hay bienes con los que se vinculan todas las clases sociales, aunque la apropiación sea diversa: "consumir es también, por tanto, intercambiar significados." (García Canclini; 1999).

Actualmente *Coemu Digital* tiene un año y medio de vida, con más de 500 publicaciones y 140 mil visitas a la página web. Los formatos de entrevista y crónica son los que predominan en tanto contenido, para dar voces a trabajadoras y

trabajadores de distintos rubros, como por ejemplo una nota publicada para la materia "Redacción Creativa", donde se refleja la experiencia de un estudiante de la carrera de periodismo que fue peón yerbatero en la provincia de Misiones. En tres párrafos sintetiza:

*Es tan malo el trabajo, cuando el hombre se acostumbra y naturaliza ciertas formas de vivir, el dolor y sufrimiento se hace parte de su carne, y el hombre explotado, no tiene conciencia de su propia existencia. El tarefero es un obrero con dignidad e integridad. Carga en su espalda cien kilos de yerba mate y lo traslada a metros de distancia. Junto a otros cuatros hombres lo subirán al camión que llevará el sudor de los menzúes para secar junto a las yerbas en los tambores metálicos, donde algún día otros niños jugarán a ser grandes.*

*La yerba mate se paga por kilos, cada "raído" puede pesar de 50 a 100 kilogramos, cuando hay más manos para cosechar, mejor va a rendir el día, es por eso que se acostumbra ir, de ser posible, todos los integrantes de la familia a cosechar. Se paga miseria los kilos cosechados. Un kilo de yerba envasado tiene un valor aproximado de 60 pesos, en cambio un kilo de la cosecha unos 9 pesos.*

*El trabajo del tarefero es realmente duro y precario, debe lidiar con los extremos de los climas, con las lluvias, con los insectos y animales peligrosos, gusanos, avispas, abejas, víboras. Algunas plantas espinosas o irritante como las ortigas, el dolor de quebrar la yerba en invierno con las manos durante todo el día, equivale a cerrarse las manos diez veces seguida con la puerta del auto.<sup>1</sup>*

A su vez, se generó *Coemundo*, un programa radial que se emite por Radio UNDAV<sup>iii</sup> los viernes de 17 a 19 hs el cual puede escucharse por internet en vivo o desde su fan page<sup>iv</sup> el cual es producido por estudiantes de Periodismo en compañía de docentes de la cátedra de radio. El mismo implica debatir y poner en consideración los distintos ejes escritos durante la semana, con el foco en las problemáticas educativas del ámbito formal y no formal, con entrevistas a protagonistas. El objetivo es poner en discusión las distintas notas producidas en el portal, al concebir lo producido desde una mirada dinámica y abierta, donde los mismos comunicadores acuden a las fuentes para entrevistarlas y ampliar desde otro género lo que no se puede decir por escrito, a través de voces, emociones, sonidos y otros sentidos posibles.

Así también se están dando los primeros pasos en el plano audiovisual con un

---

<sup>1</sup> Acceso a nota completa <http://www.coemudigital.com/2016/07/el-silencio-fatal-del-verde-yerbal.html>

primer piloto de noticiero universitario, el cual pretende tener vínculos y contenidos de universidades latinoamericanas y centro americanas.

El recorrido de trabajo se inicia en el reconocimiento e importancia de las funciones pilares de la Universidad Nacional: docencia, extensión e investigación y en ese marco rector, es que se pretende que los medios universitarios dialoguen con los habitantes de su territorio y que produzcan su propia agenda de contenidos periodísticos.

Frente a este desafío integral Comunicación en Movimiento Undav gestionó trabajos en conjunto con organizaciones sociales para capacitar a los integrantes de las mismas en materia de Comunicación digital, redes sociales y medios comunitarios.

A partir de este trabajo se comenzó a articular con otras carreras de la UNDAV para la realización de proyectos de extensión y voluntariado, como en el caso del portal digital TU VOZ, con integrantes de la carrera de Gestión Cultural se desarrolló en el marco del proyecto "Jóvenes y Medios Digitales" en Monte Caseros, Corrientes. Allí jóvenes de la escuela secundaria Ramón J. Cárcano, formaron un medio donde reflejan sus voces, para escapar a la mirada adultocéntrica de los temas que incumben a la juventud. El trabajo comparte la mirada de Margulis sobre la categoría de juventud: "Ser joven es un abanico de modalidades culturales que se despliegan con la interacción de las probabilidades parciales dispuestas por la clase, el género, la edad, la memoria incorporada, las instituciones" (Margulis;2008).

Temas que buscan tensionar con sentidos comunes hegemónicos, como las sexualidades, las violencias urbanas, la participación política, la drogadicción y el aborto son puestos a consideración en [www.tuvoz.com.ar](http://www.tuvoz.com.ar), coordinado por docentes de la escuela y ejecutado por las ideas de los estudiantes de entre 15 y 18 años.

De la misma manera, a partir de la convocatoria de Voluntariado Universitario 2015 comenzamos a realizar un proyecto de similares características de trabajo para llevar a cabo en Miramar con una organización social sin fines de lucro.

En conclusión, a través de la visibilización de Coemu hay demandas de capacitación en distintas localidades del país y de Latinoamérica, por lo que podemos concluir que el medio es un disparador para llevar adelante procesos formativos, tanto en los estudiantes, docentes y no docentes que son parte del medio, como en la comunidad destinataria de los conocimientos que ofrece la Universidad Pública, elemental para pensar a la educación como derecho básico y no como mercancía.

## **Bibliografía**

BASTENIER, Miguel Ángel (2001) – Blanco Móvil. Capítulo 5: Primos de la crónica, el análisis y otros ensayos. Editorial Grupo Santillana de Ediciones.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, México.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999) "El consumo cultural: una propuesta teórica", en Sunkel, G. (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Andrés Bello.

MARGULIS, Mario (ed.) (2008): *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud* Buenos Aires: Biblos, Sociedad

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gilli, México.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1994). *Culturas populares e identidades políticas*. En: Jesús Martín Barbero y otros: *Entre públicos y ciudadanos*. Lima: CALANDRIA - Asociación de Comunicadores Sociales.

MATA, María Cristina (1992). *Interrogaciones sobre el consumo mediático*. Nueva Sociedad, número 140. Venezuela. Noviembre- Diciembre 1995.

REGUILLO Cruz, Rossana (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Norma. Buenos Aires.

## Portales web consultados

Coemu Digital, portal de Avellaneda [www.coemudigital.com](http://www.coemudigital.com)

Tu Voz, portal de Monte Caseros [www.tuvoz.com.ar](http://www.tuvoz.com.ar)

Página del AFSCA [www.afsca.gob.ar](http://www.afsca.gob.ar)

Página de la Universidad Nacional de Avellaneda [www.undav.edu.ar](http://www.undav.edu.ar)

---

<sup>i</sup> <http://afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/>

<sup>ii</sup> <http://www.argentinadigital.gob.ar/>

<sup>iii</sup> <http://undav.edu.ar/radioundav/>

<sup>iv</sup> <https://www.facebook.com/pages/COEMUndo-Radio/567036976768984?fref=ts>