

ISSN 2618-253X



Una revista digital para
INSPIRAR EL FUTURO Y EL ENCUENTRO
Año 1 - N 2 - 2018



Universidad
Católica de Cuyo
San Juan

LidInCom2030.

ES UNA PUBLICACIÓN DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN EN LIDERAZGO, INNOVACIÓN Y COMUNICACIÓN, CARD. PIRONIO, PERTENECIENTE A LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUYO.

LA REVISTA ASPIRA A SER UN ESPACIO DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS, DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN, DESARROLLADAS POR EL INSTITUTO LIDINCOM

BUSCA PROMOVER EL INTERCAMBIO, DISCUSIÓN DE IDEAS Y PROPUESTAS EN TEMÁTICAS DE SU INCUMBENCIA.

DIRECCIÓN

GUSTAVO CARLOS MANGISCH

COMITÉ EDITORIAL

CECILIA TRINCADO

JORGE BERNAT

VIRNA VINADER

GUSTAVO CARLOS MANGISCH

COLABORARON CON ESTE NÚMERO

GUSTAVO CARLOS MANGISCH

ALEJANDRO PISCITELLI

JERÓNIMO BIDERMAN NUÑEZ

TIPO DE PUBLICACIONES

ARTÍCULOS ORIGINALES

ARTÍCULOS TÉCNICOS

ARTÍCULOS BREVES

COMUNICACIONES EN CONGRESOS

CARTAS AL DIRECTOR

El contenido de los artículos es de exclusiva responsabilidad de sus autores

Universidad Católica de Cuyo
Av. Ignacio de La Roza 1516 (O) Rivadavia. San Juan

www.uccuyo.edu.ar

Acceso online a la revista:
<http://ffh.uccuyosj.edu.ar/revista-lidicom>

¿Será que el problema de la educación es que ya no sea como la de antes o el verdadero problema es que sigue siendo casi igual que antes?

ÍNDICE

Editorial.....	2
Inclusión Digital como política educativa de inclusión social.....	3
Los bárbaros de Google. Educando con sentido a la Generación Einstein.....	10
Crisis de credibilidad y autorregulación: Una propuesta deontológica para el caso argentino.....	16

EDITORIAL

La inclusión social frente al trabajo del futuro o el futuro del trabajo

Los avances de la ciencia y la tecnología están acelerando el reemplazo de máquinas y robots en muchas tareas en las que se requerían seres humanos.

Esta mutación se da particularmente en oficios y tareas manuales y rutinarias.

Algunos pronostican además que, por el desarrollo de la inteligencia artificial, en pocos años serían reemplazados hasta periodistas, abogados, e incluso médicos.

En un informe del Foro de Davos 2016 se sostenía que el 65% de los trabajos que tendrán los estudiantes del actual sistema educativo, aún no existe y el 35% de los que hoy existen, desaparecerán en los próximos años.

La propia OIT (Organización Internacional del Trabajo) reconocía que *"el mundo del trabajo experimenta un importante proceso de cambio"*.

Todas estas transformaciones desafían primariamente a la educación (que debe preparar a los jóvenes para convivir con estos inesperados escenarios), pero se extienden a casi todas las cuestiones vinculadas con el desarrollo humano, la convivencia, la ética, la justicia social y la equidad.

Algunos confían en la aparición de nuevas tareas: la operación de esas máquinas, la atención de adultos mayores o las que demanden estas nuevas realidades.

Pero también es cierto que esta nueva revolución digital, utiliza menos materias primas, mano de obra y capital, y disminuye sensiblemente la necesidad de puestos laborales para muchas actividades que ahora requieren principalmente habilidades para manejar y gestionar el conocimiento superabundante y disponible en las redes digitales.

El Papa Francisco advertía en el mes de marzo a los líderes de 27 países de la Unión Europea que **"no hay paz donde no hay trabajo"** y reconocía hace unas semanas al cierre de un encuentro sobre Trabajo, lo difícil que es la creación de empleo en el contexto de la nueva revolución tecnológica, *"Es preciso"*, sostenía el Papa, *"responder a los desafíos éticos planteados por la aparición de nuevos paradigmas y formas de poder derivados de la tecnología, de la cultura del descarte y de estilos de vida que ignoran a los pobres y desprecian a los débiles"*.

Junto a la indiscutible necesidad del trabajo humano y su determinante impacto sobre la dignidad de las personas, es necesario preguntarse: ¿Debemos pensar en un mundo donde desaparecerá el trabajo tradicional? ¿Qué sucederá con la mano de obra que hace desaparecer la robótica u otras tecnologías? ¿Cómo afectarán está transformación en las clases obreras más humildes? ¿Pueden ellos por sí mismo, encontrar soluciones a estas cuestiones? Si no es así, ¿quién evitará el riesgo de su excursión?

Es importante, aunque cueste imaginar soluciones, sostener estas preguntas, arriesgarnos a entrar en el debate para, no sólo denunciar los riesgos que conforma el avance sin control ético de la ciencia y la tecnología si no es colocado en su centro, el desarrollo a la persona humana, sino también pensar en el largo plazo, imaginar y proponer acciones que puedan cambiar también el curso de los acontecimientos.

No se trata de poner freno a progreso tecnológico, fruto sin duda del talento y la creatividad humana, sino de buscar el mejor modo de ponerlo al servicio de la solución de los problemas que enfrenta el ser humano.

Tengamos conciencia de la urgencia por atender la coyuntura como en "hospitales de campaña" pero, a la vez, asumamos el compromiso para construir un futuro en donde pensemos alternativas creativas que no produzcan "tantas víctimas" que nos obliguen a responder de este modo.

INCLUSIÓN DIGITAL COMO POLÍTICA EDUCATIVA DE INCLUSIÓN SOCIAL *(Digital inclusion as an educational policy for social inclusion)*

Mangisch

Por Gustavo Carlos



OBJETIVO

Describir y analizar el impacto de la incorporación de las TIC en la Escuela Media como factor de inclusión y proponer un diagnóstico interpretativo-crítico de sus efectos.

RESUMEN

En el artículo se analiza el impacto producido por la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la escuela, y propone un diagnóstico explicativo y opinante sobre la influencia que tiene en la enseñanza, el uso de sistemas digitales y entornos multimediales y las políticas públicas supuestas en los proyectos "Uno a uno" en la perspectiva de inclusión digital.

El trabajo parte de la premisa de que en nuestro país existen experiencias significativas en el uso de TIC, que orienta su accionar hacia la generación de entornos pedagógicos multimedia-digitales.

Luego describir el programa Conectar Igualdad, concluye con un análisis interpretativo-crítico de la información recogida a lo largo del desarrollo de la investigación.

ABSTRACT

The article analyzes the impact of the incorporation of information and communication technologies (ICT) in the school, and proposes an explanatory and

opinionated diagnosis on the influence that it has on teaching, the use of digital systems and Multimedia environments, and public policies assumed in projects "One to one" in the perspective of digital inclusion.

The work starts from the premise that in our country there are significant experiences in the use of ICT, which guides its action towards the generation of multimedia-digital pedagogical environments.

After describing the "Conectar Igualdad" program, it concludes with an interpretative-critical analysis of the information collected throughout the development of the research.

PALABRA CLAVE

Inclusión Digital, TIC
Digital Inclusion, ICT

UNA NUEVA BRECHA SOCIAL

Vivimos en un cambio de época cuyo nivel más profundo es el cultural, con duras consecuencias para los que no sepan o no puedan aprovechar los adelantos científicos y tecnológicos que nos proyectan hacia nuevos escenarios sociales.

En esta "nueva era", el rasgo distintivo tiene que ver con el conocimiento, superabundante y accesible fácil y literalmente, al "alcance de la mano" (o de los dedos) de cualquier

persona conectada a Internet, con algún dispositivo de procesamiento digital, fijo o móvil .

Por ello, se ha dado en denominar a nuestra sociedad como “sociedad del conocimiento”¹, en donde lo más importante no es quien tenga más información, sino quien sepa qué hacer con ella. Y por eso, en esta perspectiva, la educación está llamada a cumplir una misión insustituible de integración social y cultural.

Más allá de un enfoque global del problema y de las enormes dificultades que supone actualmente integrar la tecnología en la currícula y la estrategia de enseñanza de las instituciones educativas, es posible para algunos sectores sociales que esto suceda de cualquier modo, fuera de la escuela, en los hogares a través de la adquisición de dispositivos y conexiones domiciliarias a la red. Pero difícilmente suceda lo mismo con los sectores más pobres y humildes de la población.

Esta dramática realidad, produciría una nueva exclusión difícil de superar porque comprometería el futuro desarrollo de millones de personas y a esto denominamos: **exclusión digital**²

CONECTAR-IGUALDAD: EL CASO ARGENTINO DE INCLUSIÓN DIGITAL

Nicholas Negroponte responsable del Laboratorio de Medios del Instituto de Tecnología de Massachuset promovió la idea de fabricar computadoras personales baratas (US\$ 100), para ser vendidas por millones a los países en vías de desarrollo.

El proyecto se lanzó oficialmente en el año 2005 en el Foro Económico de Davos en Suiza. y comenzó su implementación en Uruguay en el año 2006, en Colombia en 2008

¹ Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=7fNBousPIZl>

² Conclusiones de Aparecida.Nro. 490. Disponible en:
http://www.caritas.org.pe/documentos/Documento_Conclusivo_Aparecida.pdf

y en algunos países africanos en los últimos años.

Su principal objetivo era resolver la brecha que estaban generando las nuevas tecnologías entre los países ricos y los que aún están en vía de desarrollo.

En la Argentina, a través del Decreto N° 459/10 se crea el Proyecto Conectar Igualdad, El plan se proponía distribuir una computadora para cada alumno, imitando lo que ya han hecho otros países, pero sólo en las Escuelas de Gestión Pública y en el Nivel Secundario de toda la Argentina y en los Institutos de Formación Docente.

El programa definió al principio claramente la preocupación por la inclusión digital. En el sitio conectarigualdad.gov.ar se mencionaban cuatro objetivos: Recuperar y revalorizar la Escuela Pública; Reducir las brechas digitales y educativas; **Garantizar la inclusión social** y el acceso de todos a los mejores recursos tecnológicos y a la información e Impactar en la vida de las familias. Al principio no se mencionaba ningún objetivo estrictamente educativo. En documentos posteriores y en el mismo sitio, sin embargo, rápidamente se refieren aspectos vinculados a la “calidad de la educación” a “intereses y demandas de los alumnos” y al fortalecimiento del “rol docente”.

HACIA UNA EDUCACIÓN MULTIMEDIODIGITAL³

Si se analiza a lo largo de la historia la influencia de la tecnología de la imagen en la sociedad, se descubre que hace más de cien años se inventó una máquina para reproducir paisajes o personas en movimiento tomadas de escenas reales. Así, aparece el cine -primero mudo y luego con sonido- y con él, además del entretenimiento, una enorme posibilidad de aplicarlo para mejorar la educación. Pero salvo el recuerdo que algunos pueden tener de haber asistido con todos los alumnos de su escuela a ver

³ MANGISCH, Gustavo. Hacia una Educación Multimedia-digital en la Argentina. Accesible el 19/2/15 en:
<http://smartsheep.org/gustavo-carlos-mangisch-hacia-una-educacin-multimedia-digital>

películas históricas o, haber concurrido a una sala determinada por encargo de algún docente, este extraordinario medio de comunicación no causó modificación alguna en el sistema escolar.

Más tarde aparece la radio y con ella nuevamente el desafío de aprovechar esta nueva tecnología comunicacional para aplicarla a la mejora de los programas ofrecidos en la enseñanza de niños y jóvenes. Aquí también, con la salvedad de algunas experiencias aisladas, la educación no acusó recibo de las posibilidades que se le abrían con este medio más sencillos y accesibles que el cine.

Finalmente, se inventa la televisión con un potencial enorme para ofrecer una alternativa a la educación formal y a los sectores imposibilitados de acceder al sistema tradicional. Pero, de la misma forma que los otros dos medios, la escuela no encontró la manera de adecuar sus estrategias para aprovechar esta nueva herramienta de forma generalizada.

Se puede afirmar que el único medio de comunicación aprovechado fue el gráfico, a través de libros o manuales y algunas experiencias marginales con diarios y revistas.

UN NUEVO DESAFÍO

Con la entrega de una computadora por alumno ¿podemos esperar que la respuesta a la nueva tecnología actualmente ofrecida, sea la misma que la del cine, la radio o la televisión?, o será verdad que *“hay indicios de que el ordenador, a diferencia de otras tecnologías anteriores que nunca cumplieron la promesa de transformar la educación, podría ser diferente”*⁴, y por lo tanto, no sólo permitir la adecuación de la educación a las exigencias del mundo actual, sino ser promotora de su propia reconversión.

⁴ UNESCO. *La educación encierra un tesoro. Informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Disponible en: http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF Pag. 80.

La irrupción de la informática a través de la digitalización de la información, permitió la convergencia tecnológica de varios medios que conjugaba a las posibilidades gráficas, de imágenes fijas y en movimientos, animaciones y el sonido, en una sola plataforma tecnológica: la computadora y está comunicada con otras computadoras a través de redes.

Como sostiene Micheal Mirabito *“La revolución de las comunicaciones aceleró la convergencia de diversas tecnologías y en última instancia, de sus aplicaciones”*⁵ y seguramente muy pronto *“existirá en cada casa un único punto de entrada para la imagen, la voz, el multimedia y el acceso a Internet”*⁶

Por ello, sostenemos con Castells que si tenemos que resumir en una sola variable el conjunto de las transformaciones de la sociedad de la información, debemos pensar necesariamente en Internet. *“Aún para los que no lo tienen, porque en la medida que todo lo importante pasa por Internet, los que no lo tienen quedan excluidos de lo importante”*⁷

Este nuevo medio comunicacional ha permitido que la información, *“durante mucho tiempo difícil y costosa, se ha tornado en prolífica y pululante”*⁸, y de este modo, accesible para quien la requiera con la sola condición de contar con un equipo de procesamiento de datos y la conexión a la red. Todo ello, a costos muy razonables si se piensa en la inmensa cantidad de aplicaciones y posibilidades que ofrece actualmente Internet que se transforma con su uso. No es una tecnología estática que se utiliza y sigue siendo la misma. *“El uso transforma la tecnología”*⁹.

⁵ Ibid.

⁶ RAMONET Ignacio.

⁷ Disponible en:

http://www.lainsignia.org/2001/abril/cyt_003.htm

⁸ RAMONET Ignacio

⁹<http://www.lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm>

LA COMPUTADORA, ¿EL NUEVO PUPITRE?

¿Qué significa la evolución de los nuevos medios para los docentes? sobre todo si asumimos que un medio es sólo "*parte de un canal para transmitir un contenido*"¹⁰. Es probable que el uso de las computadoras en la escuela aún no se haya desarrollado dentro de las expectativas que inicialmente se tenían. También es posible que su utilización sea aún poco significativa y que los docentes no encuentren las aplicaciones apropiadas para desarrollar sus clases, pero podemos sospechar cierta similitud entre lo que sucedió con el viejo pupitre y lo que puede ocurrir con la computadora en el de una propuesta multimedia-digital.

¿ES POSIBLE PENSAR EN UN GRAN CAMBIO?

La escuela siempre ha acudido a las tecnologías utilizadas en cada época, sea como "artefactos" (tiza, libro, lápiz, etc.), como "tecnologías simbólicas" (lenguaje, representaciones icónicas, etc.) y como "tecnologías organizativas" (gestión, planificación del aprendizaje, etc.). Todos estos usos son mediadores de la comunicación entre los actores del proceso educativo en todas sus dimensiones y atraviesan interactivamente su cotidianeidad.

Sin embargo, las tecnologías (y en nuestro caso particular las TIC), pueden ser pensadas a partir de su fuerza organizadora de ambientes culturales, no sólo como mediadoras; sino como configuradoras de habilidades cognitivas, es decir, como una manera particular de organizar el conocimiento.

Algunos autores como David Tyack sostienen la existencia de una profunda tensión entre la fe que se tiene en la educación como una especie de panacea que resolverá todos los problemas y la moderada transformación que se ha alcanzado, a pesar

¹⁰DEBÉ, Chris. *10th floor: technology and learning*.

de tantos esfuerzos e inversiones¹¹. Intentaremos en este sentido aportar una mirada crítica de nuestro estudio que aporte a esta sensación de "pobreza" una dimensión reflexivo-alternativa y proyectiva.

Otros, creen que a pesar de todo, puede afirmarse que la educación evolucionará paralelamente de acuerdo con los cambios sociales y que "*la popularización de Internet en el mundo de la formación comporta, y comportará en los próximos años, una gran revolución que contribuirá a la innovación en el sistema educativo*"¹². También para estos enfoques nos interesa validar en el relevamiento de la experiencia la pertinencia de tamaña afirmación.

La revolución tecnológica actual está modificando la base de la sociedad a un ritmo acelerado, y según sostiene Castells¹³, el proceso de globalización amenaza con hacer prescindibles a los pueblos y países excluidos de las redes de la información. Si es verdad que en las economías avanzadas la producción se concentra en un sector de la población educado y relativamente joven, y la futura estructura social estará extremadamente fragmentada a consecuencia de la gran flexibilización e individualización del trabajo, no cabe duda que la evolución social de los próximos años serán de vital importancia en el futuro de la humanidad.

Por eso, asistimos preocupados al impacto tecnológico sobre la vida humana y es de suponer que la nueva dinámica de los cambios motivará una mayor necesidad de entrenamiento a lo largo de toda la vida. En los años siguientes "*dramáticos cambios e innovaciones*"¹⁴ se producirán en la sociedad y

¹¹ TYACK, David and Other. *TINKERING TOWARD UTOPIA, A Century of Public School Reform*.

¹² FERRATÉ, Gabriel (Rector de la UOC). Citado en *Aprender en la virtualidad*, p. 10.

¹³ CASTELLS, Manuel. *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura. La sociedad en Red*.

¹⁴ SCHREIBER, Deborah and BERGE, Zane. *Distance Training. How innovative organizations are using technology to*

por consecuencia en la educación también. Algunos podemos predecirlos y prepararnos para recibirlos, otros son inimaginables aún.

Pero es necesario reflexionar sobre los grandes cambios que se dieron en la humanidad producidos por algunos descubrimientos tecnológicos. Por ejemplo, el caso de los hermanos [Wright](#)¹⁵ cuando pensaron en fabricar una máquina que volara, aunque, en ese tiempo, volar pudiera haber parecido un sueño imposible. O identificar también profundos cambios políticos que, en su momento, sonaban como increíbles - la [caída del muro de Berlín](#)¹⁶ o el [apartheid](#)¹⁷.

UN CAMBIO EN LAS IDEAS

Concluyendo nuestro trabajo pensamos que es necesario asumir el desafío de analizar la influencia del cambio tecnológico sobre la educación desde una mirada diferente porque:

- 1) Los alumnos no son pasivos receptores del cambio, son su fuerza impulsora. A veces se piensa a los niños solamente como destinatarios de las transformaciones y la realidad nos muestra que, la mayoría de las veces, son sus verdaderos impulsores.
- 2) Se presenta un nuevo paradigma entre la “tecnología de los profesores” vs. “tecnología de los estudiantes”. Las tecnologías anteriores a la informática creaban una separación entre el profesor y el alumno a partir del conocimiento y utilización de las mismas, Ahora las tecnologías digitales son “tecnologías de aprendices”. Todos debemos

maximize learning and meet business objectives, p. 400.

¹⁵ Disponible:

<http://www.hfmvgv.org/exhibits/wright/>

¹⁶ Disponible en:

http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/act_permanentes/historia/html/caida_del_muro/muro_deberlin.htm

¹⁷ Disponible

en:

<http://www-cs-students.stanford.edu/~cale/cs201/apartheid.hist.html>

aprender a cómo utilizarlas y cómo aplicarlas a la solución de los problemas que supone el acto educativo.

- 3) Las ideas de avanzada puede ser presentadas sencillamente sin perder su verdadero poder transformador. Por eso, lo más importante no es la tecnología, ni la enseñanza, ni la burocracia de la escuela. Lo verdaderamente importante es movilizar en la educación el poder de las ideas, y permitirnos discutir ideas aunque, como en otros tiempos, éstas parezcan impensables.

Por eso, si la forma en que pensamos en el cambio se limita a la forma en cómo hemos aprendido y conocemos las cosas, nos privaremos seguramente de participar como protagonistas en el diseño y la creación del futuro¹⁸.

El desafío más importante para las décadas siguientes no será tecnológico. El desafío real es el liderazgo¹⁹: la capacidad de liderazgo que tenga la dirigencia educativa para generar nuevas respuestas a los nuevos problemas que presentan hoy la sociedad, la escuela y los estudiantes.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Si bien es poco el tiempo transcurrido (siete años) desde la decisión del anterior Gobierno Nacional de distribuir a todos los alumnos y docentes de las escuelas de Nivel Medio y a los Institutos de Formación Docente de Gestión Pública como para hacer una evaluación en profundidad, queremos aportar algunas reflexiones que pueden mejorar los resultados futuros del proyecto.

¹⁸ PAPERT, Seymour. [citado 5 de febrero de 2015]. Disponible en:

http://www.mff.org/edtech/article.taf?_function=detail&Content_uid1=106

¹⁹ CYRS, Thomas. *New Directions for Teaching and Learning. Teaching and Learning at a Distance: What It Takes to Effectively Design, Deliver, and Evaluate Programs*, p. 11.

La primera de ellas tiene que ver con la ambigüedad de la palabra “calidad educativa” y el significado de “rol docente” que mencionamos más arriba, cuyas definiciones no encontramos suficientemente claras. Por ello sería bueno acentuar y definir estrategias concretas que permitan potencializar el uso de las TIC disponibles como herramientas didácticas y Desarrollar en el personal docente y en los alumnos habilidades en el uso de estas TIC.

Otro aspecto a mencionar es la exclusión del programa de las escuelas de gestión privada en una política de estado que se fundamenta en la “inclusión”

Ya que el proyecto está destinado a la educación pública y según la [Ley Nacional de Educación](#), toda la educación es Pública, diferenciando su gestión en Estatal o Privada²⁰. Para también achicar la brecha digital, sería necesario incorporar a las Escuelas de Gestión Privada, (muchas de ellas localizadas en zonas muy carenciadas), a las instituciones en donde también se distribuyan las computadoras para todos los alumnos del Nivel Medio. Se puede adecuar el esquema aplicado a la Asignación Universal por Hijo para definir una diagrama de prioridad.

Asumir como prioridad la necesidad de elaborar creativamente estrategias focalizadas sobre los equipos de gestión de cada escuela, ya que sin el compromiso y la capacitación de los directivos, sería imposible la difusión del proyecto entre los docentes y el éxito de cualquier proyecto educativo..

En este aspecto sería necesario también analizar estrategias que reorienten el esquema actual de inspección y/o supervisión a través de la capacitación en ese nivel, para que acompañen y potencialicen el currículum que ofrece el proyecto “Uno a uno”.

Dadas las limitaciones actuales en materia de desarrollo de aplicaciones que utilicen todo el potencial de la tecnología en la producción de material pedagógico en entornos de realidad virtual, en una primera instancia, deberán promoverse aplicaciones de primera

generación. Las “aplicaciones de primera generación” están conformadas por la adaptación de la tecnología a la realidad escolar actual, sea por parte de los educadores o de algunos técnicos y especialistas. Estas experiencias generan un modelo cultural híbrido que atenúa el verdadero potencial del nuevo recurso. Se estaría dando comienzo a lo que denominamos “Aplicaciones de Segunda Generación” a todas aquellas que, como la Realidad Virtual o la Inteligencia Artificial, proponen nuevos paradigmas sociales de aprendizaje y serán los verdaderos impulsores de profundos cambios socio-educativos.

Finalmente, debería establecerse como conocimientos básicos en los docentes: Gestión de Correos Electrónicos, Campus Virtuales, generación de material (aplicaciones tipo Google, Youtube, Editores de videos y fotos, etc.)

La distribución de computadores entre los estudiantes resuelve un problema muy importante que es el de la disponibilidad y uso de equipamiento y aplicaciones, la masificación a través del programa Conectar-Igualdad, acerca indudablemente la tecnología a parte de los sectores más vulnerables. Pero no es suficiente para garantizar la alfabetización digital (y por lo tanto la inclusión digital) pues no está claro aún cuál es el valor pedagógico que se le dará al proyecto, ni de qué modo se preparará a los docentes para su uso dentro del aula. La experiencia que ha promovido el Programa ha sido movilizadora y, sin duda, es un gran desafío para todos los docentes ser capaz de aprovechar estas tecnologías para mejorar los logros educativos de su tarea formativa.

²⁰ Art 14 Ley 26.206

Gustavo Carlos Mangisch es Profesor Superior en Ciencias Económicas (UCA), graduado las carreras de Sistemas (UNLZ) y Administración (UNLZ), Magíster en Gestión Educativa (CAECE), doctor en Ciencias Sociales (UBA), en Comunicación (USAL) y en Administración (UB). Integró el Consejo Asesor de Conectar Igualdad entre 2010-2015. Es Director de Innovación y Calidad en Educación en FUNDECE y miembro de la Comisión Nacional de Justicia y Paz.

LOS BÁRBAROS DE GOOGLE. EDUCANDO CON SENTIDO A LA GENERACIÓN EINSTEIN

SEGUNDA PARTE

POR ALEJANDRO PISCITELLI



LA FIESTA DEL SAQUEO

Los bárbaros saquean todo y saquean de todo, saquean a todos. Nada los amilana. Nada los desconcierta. Y cada uno de los saqueados reacciona como mejor puede. A veces en términos conciliatorios, otra veces con dudas y resistencias más evidentes. Pero de todas las aldeas a saquear hay una que nos duele hasta el tuétano y que estamos dispuestos a defender con un ahínco y con una fuerza como ninguna otra.

Se trata de nuestra aldea más cara, del mundo de los libros y de los grafemas, del mundo de la cultura letrada y del mundo sobre el papel (Olson). Porque si hay algo en que todo el mundo (defensores y detractores, amantes o repudiadores) está de acuerdo, es que nunca como hoy la ciudadela de los libros se ha visto tan afectada, para mal, como este mundo vandalizado.

Hay dos medidas en la que los críticos y nostálgicos basan toda su argumentación y todo su desconcierto. ¿O acaso nos escuchamos a diario la cantinela que proclama que...?

MEDIDAS (ERRÓNEAS) DE LA BARBARIE

1. La gente ya no lee. 2. Quienes fabrican los libros se desinteresan del contenido y solo les interesa multiplicar la tasa de ganancia. Como bien dice Baricco si bien es posible sostener

(contra toda estadística y comprobación empírica) una u otra de estas tesis, combinadas no solo son insostenibles y mutuamente contradictorias, sino que testimonian más el sentido común ingenuo que cualquier lectura "crítica" (fascinante autoetiquetamiento que se arrojan los libromaníacos).

Porque los letrados no solo insisten en la mala calidad de las publicaciones masivas sino, encima, en el carácter venalmente mercantilista de quienes promocionan best-sellers como meros vendedores de cachivaches que son, de quienes violan los sagrados derechos del canon literario, y de quienquiera no valore la alta cultura, la literatura sagrada y todos los formatos que suponen el uso de las calidades intelectuales superiores para su aprehensión.

Lo cierto es que en Occidente los libros están creciendo como conejos. En USA durante los últimos 10 años aumentaron un 60%. En Italia la facturación libresca se ha multiplicado por cuatro en los últimos 20 años. Esta tendencia global no nace del azar y está entre los determinantes en última instancia de la gran mutación que está trasladando el poder de los civilizados a los bárbaros.

TIENES UN E-MAIL

Los críticos creen saber de qué hablan. E insisten y nos asustan con imágenes (que

tienen su caracterización popular en la película protagonizada por Tom Hanks & Meg Ryan "You've got an e-mail"). Las grandes cadenas se comen a las librerías de barrio o especializadas. El editor concienzudo de otrora como Moira Irigoyen o Raúl Estol amigos que alguna vez descollaron en Paidós son sustituidos por el marketinero de hoy.

Ni Baricco, ni yo, ni muchos que miramos con igual embeleso tanto a la mercadotecnia como a las industrias especializadas, podemos discordar un ápice de esta fotografía. Pero lo que nadie hace, pero Baricco sí, es preguntarse ¿qué clase de mundo ha generado una mutación así? Como nos enseñó Benjamín, de lo que se trata no es de sacar fotos del presente, sino del futuro, no de lo que nos gustaría que fuese sino, de lo que está siendo porque tiene fuerza para ser y lo otro (todavía) no.

Es tan comprobable en tanto que ¿esta era masiva de libros está matando el alma de los lectores?, ¿La generación prefabricada de best-sellers está destruyendo el placer de la lectura de nuestros niños y adolescentes?, ¿La mercadotecnia participa de un genocidio civilizatorio?, ¿Esta idea de la aniquilación, propalada por los cultores del libro -primero contra la TV ahora contra Internet- en vez de ser crítica e inteligente como cacarean sin cesar, no es falsamente inteligente?

¿PIGNA ESTÁ MATANDO A BRAUDEL?

La pregunta de Baricco es tan sorprendente como maravillosa: ¿es verdad que el énfasis mercantil mata el rasgo más noble y elevado de los gestos a los que se aplica? ¿Pigna está matando a Braudel? ¿Pablo Coelho a Baruch Spinoza? ¿El código da Vinci a las obras completas de Aristóteles?, ¿Jorge Bucay a Sigmund Freud o a Jacques Lacan?

Baricco la tiene clarísima. El énfasis comercial no es la causa (habría que releer la globalización y toda la cuestión de la creatividad y el empoderamiento de los negocios en esta nueva clave) sino el efecto. Primero se hunde el episteme tal cual lo

conocíamos, luego alguien, muchos, conquistan el nuevo espacio, con el "business" como motor y nombre de esta conquista.

Lo que irrita hasta el hartazgo, lo que pone de pelos a más de uno, lo que hace trizas toda la idea misma de política cultural incluyente es la masificación y la emergencia de los prosumidores. El fin de la endogamia, la caída de la distinción (Bourdieu nos regaló páginas excelsas sobre el tema siendo el mismo uno de los distinguidos), irritan mucho a una clase sociocultural que ve amenazada su idiosincrasia, sus prácticas ancestrales y sobretodo su distinción, aunque muchas veces hace de la democracia política un bonito adorno retórico.

LA SIMETRÍA LECTORES/ESCRITORES

Hasta mediados del siglo XVIII quienes leían libros eran sobretodo los mismos que los escribían. Se trataba de una pequeña comunidad endogámica identificada por la posesión de educación y por la indiferencia -dada su capacidad económica- ante los trabajos remunerados.

La invención de la burguesía liberó ingentes cantidades de ciclos ociosos y de plusvalía cognitiva, inventando a su vez un público de lectores que NO escribía libros. La máquina de fabricación de lectores se llamó novela, la varita mágica que convirtió en real al público potencial.

A ninguno de los críticos letrados que se escandalizan hoy por la mercantilización de la lectura les importó un rábano que la invención de los lectores de novelas a fines del siglo XVIII haya generado fabulosas ganancias para imprenteros y, eventualmente, para los escritores amateurs.

Porque lo que hoy vemos en ese gesto inaugural no son las infraestructuras materiales, sino la creación de una conciencia superior y formalizadas de sí misma, una refinada idea de belleza.

Pero de Melville a Dumas a los escritores les

importaba un camino lo que generaciones posteriores dirían de ellos en términos de calidad, siendo su objetivo mucho más cualitativo y masivo, mercadotécnico, llegar a la mayor cantidad de lectores posibles.

Expandiendo desesperadamente al círculo de los lectores

Claro que ese círculo expandido de lectores no era toda la población (¿lo es hoy, por qué/para qué se reúne la UNESCO invariablemente cada 10 años diciendo que en ese intervalo terminará con el analfabetismo en el mundo, sin nunca lograrlo?), pero seguramente era mucho más grande que en tiempos de la endogamia literaria. Y en una de las operaciones cognitivo-comerciales más grandiosas de la historia la novela se quedó con todo.

Al igual que hoy los civilizados frente a los bárbaros, los selectivos lectoescritores del siglo XVIII estarían más que indignados por la socialización masiva del gusto literario a manos de los rústicos lectores de novelas por entregas.

En sus inicios la novela fue vista como una terrible amenaza, los médicos recomendaban dejarla fuera del alcance de las damas (especialmente las casadas) y de los niños (como ciertos fundamentalistas del libro de hoy que insisten en prohibir un sola gota de TV a los menores de 2 años y en racionar todo lo posible el visionado de los chicos mayores y el de los adolescentes).

Todo lo masivo fue siempre comercial y si los públicos letrados no se ampliaban no era por una cuestión de gusto sino por restricciones económicas. Mozart y Verdi en siglos distintos y con limitaciones de alcance diferentes eran lo más populares posibles, como hoy lo son Coelho y Richard Clayderman (entre nosotros Waldo de los Ríos y Bucay, Pigna y Lanata).

LA CALIDAD NO MUERE CON LA CANTIDAD

Resumiendo. Independientemente de que la

masividad genera basura cultural, que por otra parte la historia se encarga de enterrar, por más que la popularidad infecte todo, ello no impidió la emergencia de un Verdi o de un Puccini, de un Proust o de un Joyce y hasta de un Stockhausen y de un Schoenberg, para mencionar algunos extremos.

Baricco se mofa de los letrados con un garbo y una suficiencia que queríamos tener nosotros. Mostrando como la Italia de Pavese, Calvino, Gadda, di Lampedusa, Moravia y Pasolini de los años 50 fue barrida por los bárbaros de los medios y los premios, recuerda un detalle siempre pasado por alto pero que es de una importancia explicativa crucial para tratar estos temas con una minimísima cuota de seriedad.

Se trataba de una época en la que 2/3 de la población hablaba en dialecto, el 13% era analfabeta y de los sabían leer y escribir 20% no habían terminado la escuela. Una Italia en donde la popularísima trilogía de Calvino apenas vendió 30.000 ejemplares en 8 años.

LIBROS A MANSALVA

Como en el caso anterior, como en la Argentina anterior a Eudeba en 1958, y mucho más en la década -peronista con su culto a las alpargatas en desmedro de los libros, aunque el Leónidas Lamborghini de El solicitante descolocado desautoriza esta fácil chicana-, los autores existentes cubrían todo el mercado y le daban a este todo lo que pedía, y esperaban el milagro de la masividad.

Que en Italia llegó con El Gatopardo con 400.000 ejemplares vendidos en 3 años, y que en la Argentina tardaría décadas en llegar y lo haría recién en los años 80/90 de la mano de el Nunca Más y de los docudramas políticos como fueron los best-sellers de Joaquín Morales Solá, Horacio Verbitsky y varios mas

En Italia el mercado de bolsillo se inventó recién en 1965 con la editorial Oscar Mondadori que llegó a vender 210.000 ejemplares en una semana. El tema queda más que claro. Comparar una industria

cultural de calidad del pasado con otra industria comercial del presente es de una infantilismo supino.

Las industrias editoriales siempre ocupan todo el espacio posible hasta el límite. Y cuando el diámetro era pequeño así sucedía con sus productos. Pero hay que desenmascarar la ficción de una buena vez. Nunca se trató de una oposición calidad vs mercado, sino de encontrar la calidad dentro del mercado.

Consiguientemente no es la mercadotecnia la responsable de masacrar la calidad. Por eso hay que cambiar las preguntas, como haría Benjamin, como hace Baricco y llegar al meollo de la cuestión interrogándonos con ¿qué tipo de calidad ha sido generada por el mercado? ¿Cuál es la idea de calidad de los bárbaros? ¿Qué cornos quieren leer? En definitiva ¿que es para ellos un libro?

¿Y qué vínculo hay -si es que hay alguno- entre su idea de calidad y la nuestra, la del canon occidental, la pregonada por la catedral literaria, aquella defendida a rajatabla por George Steiner y por Harold Bloom? y por nuestros propios literatos tan rápidos para separar la paja populista del trigo vanguardista.

Que nadie está exento de tirar la primera piedra queda al descubierto con la indignación de Eduardo Arcos ante la tabla de la lista de libros más leídos de la historia.

COEXISTIENDO CON LA LITERATURA DE CALIDAD

Decididamente los bárbaros no han barrido con la literatura (que nosotros) consideramos de calidad. Cualquier bibliófilo y cualquier marketinero coincidirá en que esa literatura vende un poco más, a veces mucho más y nunca mucho menos que antes de la aparición de los bárbaros.

Antonio Tabucchi hoy vende infinitamente más que Fenoglio. Cortázar, Borges y Piglia venden hoy mucho más que hace 20 o 40 años, aunque no parece tanto porque las

orillas a su producción sí que han crecido agigantadamente. Baricco llama a esta coevolución: yema (alta gama), y clara (márgenes y literatura popular, populista o francamente de segunda).

Baricco nuevamente observa mejor que nosotros y descubre que la clara (esos centenares de millones de libros que se venden en el mundo) no son libros en el sentido tradicional o convencional del canon. Porque la mayoría de los que compran libros no son lectores. Pero no se trata de menear la cabeza a la Barcia & cia sino aceptar una realidad.

La mayoría de los libros que se venden hoy son libros delegados, remediados. Libros de los que se ha hecho una película, novelas escritos por personajes televisivos (Araceli Gonzalez, Valeria Mazza y la lista sigue y sigue), relatos escritos por famosos mas o menos (Víctor Sueyro, Felipe Pigna). Se trata de libros que cuentan algo que ya pasó en otra parte, lugar, formato o relato.

Y si bien este vicariato hace que los letrados detesten a esta literatura de pacotilla, la misma encierra una comprensión a la que deberíamos prestarle más atención. Se trata de la comprobación de que estos libros (¿todos los libros bárbaros?) se abren a experiencias mucho más amplias que las textuales.

LA SABIDURÍA DE LOS BÁRBAROS

Cada libro bárbaro es un segmento de una secuencia que empezó en otro lugar que el libro y que probablemente también terminará en otro lado. He aquí la sabiduría del bárbaro y correlativamente el ejercicio de su rechazo. Los bárbaros no valoran, no leen, no les interesan esos libros (nuestro sagrado canon) que remiten por completo a la gramática, a la historia al gusto de la civilización del libro. Porque para ellos esta gramática intertextual es de una pobreza de sentido sin igual.

Al no poder insertar esas secuencias en caminos transversales, les resultan áridas,

ríspidas, abstractas, formales, baños de formal que nada tienen de interesante como son la interferencia, el barrido, la interpenetración, la navegación transmedia (lindo término utilizado por Henry Jenkins para caracterizar una de las competencias digitales en su informe *Confronting the challenges of participatory culture: Media Education for the 21st Century* (2006))

Leer a Faulkner o a Hemingway, a Shakespeare o a Cervantes, a Joyce o a Proust, a Balzac o a Dickens exige sumergirse en libros que remiten a libros que remiten a más libros. Una aventura paratextual que se aprecia más cuando más uno se abstrae del mundo y se aboca a la literatura. Para los bárbaros este es un viaje que no les promete sensaciones placenteras, más aún no les promete ningún tipo de sensación

¿Para qué hacer un esfuerzo sobrehumano para aprender una lengua menor, cuando existe un universo al alcance de la mano escrito en un lenguaje que es el nuestro y que no nos cuesta nada?

LAS INSTRUCCIONES DE USO

La regla es clara. Los bárbaros tienden a leer únicamente los libros cuyas instrucciones de uso se hallan en lugares que no son libros. Pero el fenómeno es infinitamente más complejo que leer libros de canciones de rock o confesiones de algún viaje al más allá. La venta masiva ha inaugurado canales inéditos. Empezando por los libros vendidos con los periódicos que han alcanzado cifras fabulosas en Europa. 80 millones en Italia sólo en los dos primeros años.

Y fenómenos increíbles como la venta del nuevo disco de Diego "el Cigala", *Dos Lágrimas* que no se vende en las tiendas de discos ni en grandes superficies: sino en exclusiva con el diario *El País*, y con un precio bastante inferior a otros nuevos CDs. El propio periódico, al actuar como medio publicitario de un producto que él mismo distribuye tiene costos mucho menores. Es lógico que los medios de comunicación actúen como

productoras, ya que controlan la distribución: hay un gran paralelismo con los hipermercados que venden su marca propia.

Tras la experiencia de Radiohead ofreciendo su disco por la voluntad (y muchos otros grupos que ofrecen su música gratis), este nuevo ejemplo demuestra que el esquema tradicional de distribución de música (y progresivamente también de otros productos culturales como el libro) está roto, y no se va a arreglar. Los artistas se ganan el sustento dando conciertos, no vendiendo discos, en línea con la tendencia actual de premiar las experiencias sobre los productos físicos. Y lo más llamativo del asunto es que las ventas por los canales tradicionales no se han visto afectado en lo más mínimo.

Hay aquí un verdadero efecto Munchausen donde se inventa al mismo tiempo el fenómeno y el sujeto del fenómeno. Lo que la gente compra no es la experiencia del libro sino la experiencia periódico + libro, la ubicación de un grande de la literatura en una extraña y muy poco convencional secuencia noticias + gustos culturales + pasión política + hobby compartido.

OPERACIONES DE TRANSCODIFICACIÓN, DE LA EXPRESIÓN A LA COMUNICACIÓN

Flaubert & Faulkner son inmunes a estas operaciones de transcodificación, hasta cierto punto. Lo concreto es que millones de personas que jamás los habrían leído como entretendido puramente textual, los compraron y (un porcentaje indescifrable pero acumulativo) los leyeron, como parte de un laberinto de secuencias y entrecruzamientos propios de los intereses extratextuales de los bárbaros. Así se hizo pedazos la autoreferencialidad de la literatura y el libro se ha convertido entonces en un nudo por donde pasan secuencias originadas en otras partes y destinadas a otras partes. Lo que antes era clara ahora empezaba a contagiarse a la yema.

Revisando donde empezó este contagio, haciendo de topo tratando de descubrir la fecha de esta mutación, Baricco la ubica a

principios o mediados de los 70, mucho antes de las macrotiendas y de los libros de actorcitos o de modelos. Lo cierto es que la época en que una generación disfrutó de la belleza estilística y de vivir los frutos creativos de ese ánimo ya pasó hace rato y desde hace varias décadas la palabra escrita dejó de ser expresión y se convirtió en comunicación

De pronto la palabra escrita desplazaba su centro de gravedad desde la voz que la pronunciaba hasta el oído que la escuchaba. Lo que vino después es mero contagio bárbaro que Baricco como siempre sintetiza magistralmente “privilegiar la comunicación no quiere decir escribir cosas banales de la manera más simple para hacerse entender, significa convertirse en teselas de experiencias más amplias, que no nacen ni mueren en la lectura (pág 89)”.

CALIDAD ES OTRA COSA

Para los bárbaros la calidad de un libro reside en la cantidad de energía que ese libro es capaz de recibir desde otras narraciones y verter después en otras narraciones.

Si por un libro pasan cantidades de mundo, ese es un libro que hay que leer. Un libro legible debe adoptar la palabra del mundo. Debe ser un libro cuyas instrucciones de uso

se hallan en lugares que NO son únicamente libros. La lengua del mundo se gesta hoy en la publicidad, en la música ligera, en el periodismo, en el deporte, en la moda, en muchísimos lugares externos a los libros en sí.

Para los bárbaros los libros son captura de esas secuencias, segmentos de algo más amplio que a lo mejor se ha generado en el cine, ha pasado por una canción, ha desembarcado en la televisión y flotó después en el imaginario colectivo gracias a la ayuda de Internet. El libro no es un valor, lo que vale es la secuencia.

Quien funge como bisagra de este fin y recomienzo no es nada más ni nada menos que Umberto Eco con su *El nombre de la rosa* (1980), momento en que la literatura italiana, en su significado antiguo de civilización de la palabra escrita y de la expresión llegó a su fin. Y algo nuevo, bárbaro, nació .

NB La increíble historia de Andrea Camilleri un bárbaro italiano nacido en 1925. Publicó recién en 1994 *La forma dell'acqua*, primera novela policial con Comisario Montalbano como protagonista, tocando el cielo con las manos a los 69 años. A la fecha ha vendido más de 10 millones de ejemplares.

Alejandro Piscitelli es filósofo y Master en Ciencias de Sistemas de la Universidad de Louisville. EEUU. Es profesor del Taller de Procesamiento de Datos de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires y ha escrito varias publicaciones y libros sobre las TIC.

CRISIS DE CREDIBILIDAD Y AUTORREGULACIÓN: UNA PROPUESTA DEONTOLÓGICA PARA EL CASO ARGENTINO

POR JERÓNIMO BIDERMAN NUÑEZ



RESUMEN

Este trabajo tiene por objetivo presentar los avances de una investigación integral acerca de la ética periodística en la Argentina, que terminará con la elaboración y presentación pública de un nuevo Código Deontológico general. La ausencia de un marco autorregulatorio para el ejercicio de la profesión, agravada por el problema de la concentración de la propiedad de los medios, introdujo al periodismo argentino en una profunda crisis de credibilidad. En este artículo, se presentan dos datos preliminares del trabajo de campo de la investigación, que recoge la percepción de los profesionales de la prensa argentina acerca de su ética profesional. Además, se ponen en consideración los aspectos fundamentales de la discusión teórica que, hoy, rodean a la cuestión de la deontología periodística.

PALABRAS CLAVE

Deontología periodística, autorregulación, ética, credibilidad

INTRODUCCIÓN

América Latina vive, desde hace casi treinta años, un proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación que, lejos de estar en retroceso, se afirmó en la última década. Para los periodistas profesionales, esta realidad supone un doble desafío. Por un lado, y salvo excepciones, los periodistas están sujetos a esquemas de precariedad laboral que hacen que sostenerse

económicamente con el producto de su profesión les sea cada vez más complejo. La tendencia a la redacción multimedia restringió los puestos de trabajo. Aquello para lo que, hace dos décadas, se requerían cuatro periodistas –uno para gráfica, otro para radio y dos más para televisión–, además de un camarógrafo y un fotógrafo, hoy es resuelto por un solo profesional “todoterreno”. Y, por otro lado, esta creciente precariedad laboral opera como una amenaza permanente para la independencia de los periodistas. El temor al despido está sobre la mesa. Fenómenos como la autocensura o la tergiversación de la información en nombre de la conservación del puesto de trabajo se repiten a menudo entre los periodistas profesionales. Estos, muchas veces, se encuentran ante la disyuntiva de seguir su instinto de búsqueda y su deber profesionales, aun a costa de ganarse la inquina de los editores o propietarios, o permanecer en una zona de confort que los ponga a salvo de eventuales represalias. La sociedad, como veremos, recibe cada vez con mayor desconfianza el producto informativo. Así, la credibilidad de la prensa está en niveles mínimos.

En consecuencia, el ejercicio de la profesión periodística en la actualidad atraviesa, en América Latina, un camino espinoso. Este trabajo forma parte de una investigación más amplia y que está enmarcada en una tesis doctoral, filiada en la Universitat Autònoma de Barcelona, que se encuentra en proceso de escritura, cuyo título es: “Una propuesta de Código Deontológico periodístico para la Argentina”. En este trabajo, además de presentar los ejes fundamentales de la investigación, nos proponemos discutir acerca

de la deontología periodística y sus usos como vía para el abordaje del conflicto y la precariedad que viven los periodistas en la actualidad. Para los profesionales de la prensa, el contar con un Código Deontológico general, es decir, con una estructura normativa aceptada y valorada por una mayoría de los actores de la actividad constituiría, como aquí demostraremos, una herramienta fundamental para revalorizar su práctica profesional.

EL CASO ARGENTINO: ENTRE LA CONCENTRACIÓN Y LA CRISIS DE CREDIBILIDAD

La propiedad de los medios de comunicación en la Argentina está afectada por una creciente dinámica de concentración, cuyo origen remoto se encuentra en los años 70. Si bien la explosión de producción y consumo mediático se produjo, como en toda la región, en la década de 1990, la estructura de concentración se remonta a la integración de contenidos y políticas editoriales entre diversos medios de comunicación, que comenzó con la masificación del fenómeno televisivo en los albores de los 70. Luego, la televisión color, a comienzos de los 80, la llegada de la TV por Cable a finales de la misma década y la expansión de las radios FM como productoras de contenidos informativos en los primeros años de los 90, potenciaron la tendencia hacia la concentración. En el caso argentino, esta dinámica obtuvo mayor fluidez en el marco del plan económico que llevó adelante, a partir de 1991 y basado en políticas aperturistas y de reducción de la presencia del Estado, el gobierno del presidente Carlos Saúl Menem. Un trabajo de Bernardette Califfano (2014) acerca de los orígenes de la concentración mediática en la Argentina, que recoge algunas investigaciones previas como las de Dyson (1988) y Mastrini y Mestman (1996), sostiene que:

“[...] bajo el principio de la desregulación se intentó camuflar una nueva forma de intervención que asumieron gran cantidad de gobiernos, tanto en Europa como en América Latina, que consistió en la implementación de una serie de regulaciones, las cuales sentaron las bases de una nueva estructura de propiedad cada vez más dominada por el capital concentrado. Así, tras el paraguas discursivo del libre mercado, sectores de

origen industrial y financiero comenzaron a invertir en el sector comunicacional, lo que trajo aparejado un fuerte proceso de concentración. (Califfano 2014: 35-36)

Es interesante, también, acudir a la recopilación que hace Tamara Smerling (2012) acerca de la noción de concentración. En primer lugar, y recuperando la idea clásica de Becerra (2007), la autora detecta “dos facetas dentro de ese marco de concentración de la propiedad de los medios: por un lado, los relacionados con los procesos productivos de las industrias de la información y comunicación [...]; y por otro lado, la que refiere a la propiedad de los mismos” (Smerling 2012: 178). O sea: cuando hablamos de concentración mediática, nos referimos a:

El incremento en la presencia de una empresa o de un reducido grupo de compañías de comunicación en cualquier mercado como consecuencia de varios procesos posibles: adquisiciones, fusiones, convenios con otras compañías o incluso la desaparición de sus competidores. (Sánchez Tabernero 1993).

Entrado el siglo XXI, con la irrupción de las plataformas multimediales y, luego, con la llamada segunda revolución digital²¹ (Pérez-Latre 2015), el proceso de concentración alcanzó unos niveles máximos que se mantienen hasta hoy. Una investigación del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), sustentado por el Fondo Canadá para Iniciativas Locales, logró configurar un mapa actualizado de medios de comunicación en la Argentina, que detectó la presencia de 786 medios profesionales con penetración real de mercado y percepción de pauta publicitaria, cuya propiedad se estructura en 87 dueños que poseen 679 empresas y que constituyen un esquema de 57 holdings. Además, el trabajo arribó a la conclusión de que “existe una multiplicidad enorme de conformaciones societarias entre los medios de la argentina”. Y también se observan:

- Medios tradicionales, que pertenecieron históricamente a familias, en los últimos tiempos cambiaron de propietario.

²¹ La segunda revolución digital es un concepto que hace referencia a la etapa de “movilidad” y “tiempo real” en el consumo de información (Pérez-Latre 2015: 111).

- Empresas controladas por otras empresas que en diferentes proporciones llegan a controlar un mismo medio.
- Empresas de diferentes grupos económicos competidores pero que en algunos medios en particular se descubrió que comparten la propiedad del mismo.
- Medios controlados por empresas y particulares. (Fopea 2018)

Es síntesis: el problema de la concentración de la propiedad mediática en la Argentina continúa vigente y tiende a acrecentarse por la convergencia, especialmente a partir de la autorización, este año, para que las empresas de telecomunicaciones puedan ofrecer el servicio de televisión paga y de internet en los hogares, así como contenidos audiovisuales, gráficos y digitales.

Por otra parte, la estructura de medios periodísticos en la Argentina se encuentra bajo una crisis de credibilidad que se acrecentó en la última década, especialmente después de la “batalla” por la fallida Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Para visualizar esta crisis, usaremos unos datos que, con ocasión de las XXI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, realizadas en octubre del pasado año en la provincia argentina de San Juan, recopilé para realizar una presentación pública. Utilizaremos, entonces, dos estudios producidos en el marco de universidades argentinas. El primero corresponde al Observatorio de la Deuda Social Argentina (ODSA) de la Universidad Católica Argentina (UCA)²², que toma una serie 2004-2015. Allí, se observa una caída de la credibilidad de la prensa a partir de 2009, cuando se sancionó la Ley de Medios. En 2015, último dato de la serie, la confianza se mantiene por debajo del 40% (39,4%). Es decir, seis de cada diez argentinos desconfían de la institución “Medios de Comunicación”. Pero veámoslo, con más detalle, en la Figura 1:

²² La investigación de la UCA-ODSA (2015) se realizó en 5.968 hogares en todo el país. Para acceder al Diseño metodológico, ver: <http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo68/files/2016-Obse rvatorio-Barometro-Deuda-Social-Cap-Anexo-Metodologico.pdf>

ÍNDICE DE CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES												
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	36,2	39,1	49,1	44,6	44	42	35,3	37,4	38,9	37	40	39,4
CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR												
Estrato socioeconómico												
Muy bajo	38,8	44,1	52,9	49,7	38,9	50,2	41,1	43,9	41,6	44	42,5	44,5
Medio alto	30,1	29,8	43,7	40,7	39,2	35,6	30,1	32,7	36,6	26,3	36,4	36,3
TIPO DE AGLOMERADO												
Región urbana												
Gran Buenos Aires	34,2	38,4	48,1	41,8	40,3	37,9	32,7	32,5	35,4	37,6	41,1	43,1
Resto urbano	38,1	36,1	45,2	48,8	50,8	49,7	39,5	45,3	44,5	36,2	38,3	33,7
CARACTERÍSTICAS DEL INDIVIDUO												
Sexo												
Varón	30,2	34,3	40,8	37,8	39,9	38,3	33,1	34,9	37,3	33,1	39	38,3
Mujer	42,5	44,1	57,9	51,7	48	45,8	37,2	39,6	40,3	40,5	40,9	40,5
Edad												
18 a 24 años	36	39,6	48,6	44,9	42,7	40,2	33,8	37,9	39,6	34,3	36,7	37,8
35 a 59 años	34,5	32,3	47,2	42,3	41,3	40,7	35,5	33,9	35,4	34,9	38,9	39,4
60 años y más	41,4	54,1	53,9	49,8	51,8	48,2	37,6	43	43,8	45,4	47,4	42,3
Nivel educativo												
Sin secundario completo	43,7	47,2	53,4	50,7	50	51	37,5	41,3	42,7	42,1	42,5	42,8
Con secundario completo	28,5	30,8	46	39,4	38,6	32,7	33,3	33,9	35,5	32,8	37,9	36,4

FIGURA 1. CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En porcentaje de población de 18 años y más
Fuente: UCA-ODSA (2015)

Otro estudio de naturaleza académica también pone sobre la mesa la problemática de la credibilidad de los medios y de los periodistas. Se trata de un trabajo conjunto entre la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Palermo y la consultora de opinión pública Carlos Fara & Asociados, titulado Observatorio de Capital Social (UP-OCS, 2015)²³. La investigación divorcia entre las tres ramas tradicionales del sistema de medios de comunicación: Televisión, Radio y Diarios. Estos tres subsistemas presentan resultados de credibilidad muy poco satisfactorios.

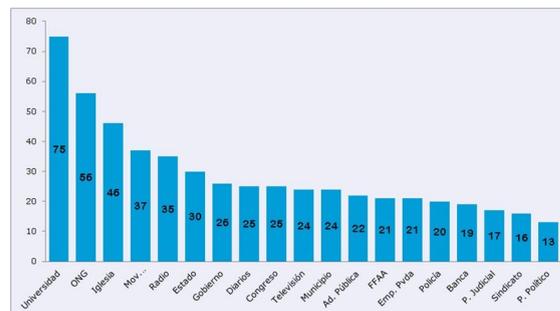


FIGURA 2. ¿CUÁNTA CONFIANZA TIENE USTED EN LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES?

En porcentaje de población de 18 años y más
Fuente: UP-OCS (2015)

Los estudios que aquí presentamos corroboran que el sistema de medios de comunicación argentino vive una crisis de credibilidad que, necesariamente y sumada a la problemática surgida de la concentración de

²³ Este estudio fue realizado en argentinos mayores de 18 años en condiciones de votar, sobre muestras de 442 casos. La técnica de muestreo fue semi-probabilística, con cuotas por sexo y edad. El margen de error ha sido de +4.7%, con un nivel de confianza 95%.

la propiedad de los medios, precariza la actividad de los periodistas profesionales.

Un marco deontológico como vía para la superación de la crisis

Como hemos visto, tanto la concentración mediática como la crisis de credibilidad profundizan el estado de precariedad que viven los profesionales de la prensa en la Argentina. El aporte de nuestra investigación pasa por, primero, generar una revisión integral de la cuestión deontológica periodística en el país, para, luego, proponer un marco normativo que:

- Eleve los estándares deontológicos para recuperar el vínculo de credibilidad con la sociedad
- Actúe como respaldo de los periodistas ante presiones tanto públicas como privadas
- Opere como barrera de contención frente a posibles injerencias de los empleadores que minen la independencia periodística
- Actúe como guía profesional para los periodistas que ejercen la actividad de forma *free lance* o no contratada

La percepción de los periodistas argentinos

A la hora de avanzar en la construcción de un consenso que nos conduzca a elaborar un marco normativo deontológico para la Argentina, nos fue imprescindible realizar un trabajo de campo²⁴ para conocer tanto la

²⁴ Para realizar nuestro estudio de campo, trabajamos con un diseño de investigación no experimental de tipo transversal y exploratorio (Hernández Sampieri, 2003). Para ello, construimos una muestra no probabilística. Utilizamos este tipo de muestra para poder comenzar a efectuar inferencias sobre la población a estudiar y seleccionamos a los sujetos "típicos" a fines de tomarlos como casos representativos de la población estudiada. Este tipo de muestra nos habilitó a realizar una selección de los sujetos cuidada y controlada para asegurarnos de que los mismos cumplieran determinadas características comunes establecidas previamente (profesión, años de antigüedad, tipo de medio en el cual trabaja, jerarquía dentro del medio). Diseño metodológico del estudio (síntesis): Universo

percepción de los periodistas argentinos acerca de la cuestión de la credibilidad, como también de los editores y dueños. En este artículo, presentaremos tan sólo dos datos fundamentales que nos permitirán demostrar el valor que los periodistas le otorgan a la ética aplicada como vehículo para enriquecer y proteger el ejercicio de su profesión.

La primera pregunta que realizamos estuvo dirigida a detectar si los periodistas considerarían de utilidad práctica y concreta la existencia de un Código deontológico general. Como se observa en la Figura 3, casi 8 de cada 10 periodistas juzgan de utilidad la presencia de un marco normativo que ordene las distintas aristas vinculadas a la ética profesional



FIGURA 3.
Elaboración propia 2018

Luego, al universo que respondió que los códigos sí poseen utilidad para el ejercicio del periodismo, le preguntamos acerca de los beneficios que, para los profesionales, aportan estos instrumentos de autorregulación. Aquí, vamos a estructurar los resultados preliminares diferenciando las respuestas de los periodistas que trabajan bajo una relación de dependencia y los profesionales que realizan su tarea en forma autónoma. Del conjunto de respuestas aportadas, vamos a presentar aquí (Figuras 4 y 5) las tres opciones más escogidas por los periodistas.



FIGURA 4.

(Población): 319.775. Muestra: 271 casos. Margen de error 5 %. Nivel de confianza 90%.



FIGURA 5.
Elaboración propia 2018

Algunos avances sobre la propuesta

La elaboración de un Código deontológico periodístico para la Argentina que contemple las particularidades y complejidades de la praxis actual, en donde el campo de actuación de los profesionales está orientado, cada vez más, al universo digital, nos puso ante la exigencia de realizar un recorrido exhaustivo sobre la normativa vigente en Latinoamérica. Al mismo tiempo, nos fue imprescindible estudiar la mirada de más de cien autores que abordaron la cuestión de la deontología periodística, tanto desde lo teórico como desde lo empírico. Con todo ello, hemos establecido un marco teórico sobre el que se alzará el nuevo Código, que recoge los debates fundamentales que, hoy, está viviendo el campo periodístico, y sobre los que tomaremos posición para, luego y desde allí, edificar nuestra propuesta.

Veamos en la Figura 6 en qué consisten los principales debates.

PRINCIPALES DISCUSIONES CONCEPTUALES DENTRO DEL CAMPO DE LA DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA

Perspectivas favorables a la regulación		Perspectivas contrarias a la regulación
Autorregulación como exigencia de calidad deontológica y garantía de credibilidad	1	Desregulación de toda normativa externa a medios y periodistas
Utilidad demostrada de los Códigos Deontológicos	2	Inutilidad de todo ordenamiento escrito no aplicable por exigencia de una autoridad externa
Los Códigos Deontológicos deben incluir a las empresas periodísticas	3	Las empresas deben tener su propio ordenamiento ético
Necesidad de constituir Consejos de Prensa con capacidad de acción	4	Ausencia de autoridad de aplicación
Sellos de calidad/aval ético tipo Sello TAO	5	Invisibilidad del estatus deontológico objetivo por medios y/o periodistas
Utilidad del Ombudsman (Defensor del Público)	6	Inutilidad de cualquier canal interno o externo de reclamaciones
Periodismo entendido como profesión	7	Periodismo entendido como oficio
Colegiación de los profesionales de la actividad	8	Inutilidad e inconveniencia de la Colegiación
Exigencia de titulación universitaria	9	No exigencia universitaria para ejercer la actividad
Necesidad de regulación de los Foros de Opinión	10	Publicación libre y anónima de opiniones por parte del público

FIGURA 6.

En nuestra mirada, el resultado de estos debates y reflexiones acerca de la praxis profesional de los periodistas debe estar contenida en cualquier normativa de autorregulación que pretenda formularse.

A modo de breve conclusión

Como hemos dicho, esta investigación concluirá en la presentación pública de un Código deontológico general para la Argentina. Creemos, además, que el carácter de última hora que tendrá el documento, en donde se abordarán la mayor parte de las problemáticas deontológicas que hoy está transitando el periodismo profesional, constituirá un aporte concreto fuera de las fronteras de la Argentina e incluso de la región. El ejercicio de un periodismo profesional independiente, edificado sobre modernos y realistas parámetros deontológicos, y consciente de su responsabilidad social:

1. Pondrá al sistema de medios en el camino de recuperar la confianza de la ciudadanía
2. Contribuirá a reducir la precariedad laboral de los periodistas
3. Incrementará la pluralidad de voces, al dar mayor sustentabilidad a medios locales y regionales, reduciendo los niveles de concentración
4. Constituirá un aporte fundamental para el ejercicio de una mayor y mejor democracia.

BIBLIOGRAFÍA

Becerra, M. y Mastrini, G. (2006). *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2007). *La concentración mediática argentina: De eso no se habla*. Informe 2007 del Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), Buenos Aires, Argentina.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo.

Fopea (2018). Nueva plataforma de medios de argentina. Recuperado el 23 de abril de 2018, de

- <http://www.fopea.org/nueva-plataforma-de-mapa-de-medios-de-argentina/>
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Pérez-Latre, F. J. (2015). La “tercera revolución digital”: Tecnologías con rostro humano y evolución antropológica”. *Revista de Comunicación*, 14, 100-113.
- Sánchez-Taberner, A (ed.). (1993). *Concentración de la comunicación en Europa. Empresa comercial e interés público*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació/European Institute for the Media.
- Smerling, Tamara. (2012). La concentración de la propiedad de los medios en Rosario: 1997 / 2007. *La trama de la comunicación*, 16(2), 173-188. Recuperado en 16 de marzo de 2018, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282012000200001&lng=es&tlng=es.

Jerónimo Biderman Nuñez es Decano de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad de San Isidro. Licenciado en Comunicación Social, Magíster en Ciencia Política y Sociología. Doctorando en Medios, Comunicación y Cultura por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor en investigador en el campo de la Deontología Periodística.