



<b>Código</b>	FPI-002
<b>Objeto</b>	Protocolo de presentación de proyectos de investigación SIGEVA UNLaM
<b>Usuario</b>	Director de proyecto de investigación
<b>Autor</b>	Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNLaM
<b>Versión</b>	5
<b>Vigencia</b>	04/09/2023

**Unidad Ejecutora:  
Humanidades y Ciencias Sociales**

**Programa de acreditación:  
CyTMA2**

**Título del Programa de Investigación<sup>1</sup>:**

**Director del Programa:**

**Título del proyecto de investigación:**

**"Representaciones sociales sobre el Partido de La Matanza en Página12, Clarín y La Nación  
en contexto electoral. Junio a octubre 2023"**

**PIDC:**

**Secretaría De Ciencia Y Tecnología**

**PII**

**Humanidades y Ciencias Sociales**

**Director del proyecto:**

**Dra. María Laura Peña**

**Co-Director del proyecto:**

**Integrantes del equipo:**

**Mag. Julia Di Carlo**

**Lic. Manuel Zunino**

**Fecha de inicio:**

**01/01/2024**

**Fecha de finalización:**

**31/12/ 2025**

---

<sup>1</sup> Completar solo en caso de que el presente proyecto se encuadre en el marco de un Programa de Investigación

## 1-Cuadro resumen de horas semanales dedicadas al proyecto por parte de director e integrantes del equipo de investigación:<sup>2</sup>

Rol del integrante	Nombre y Apellido	Cantidad de horas semanales dedicadas al proyecto	Graduado UNLaM	
			Si	No
Director	María Laura Peña	18		X
Co-director				
Director de Programa				
Docente-investigador UNLaM	Julia Di Carlo	12		X
Docente-investigador UNLaM	Manuel Zunino	8		X
Investigador externo <sup>3</sup>				
Asesor-Especialista externo <sup>4</sup>				
Graduado de la UNLaM <sup>5</sup>				
Estudiante de carreras de posgrado (UNLaM) <sup>6</sup>				
Alumno de carreras de grado (UNLaM) <sup>7</sup>				
Alumno de carreras de grado (UNLaM)				
Personal de apoyo técnico administrativo				

## 2-Plan de investigación

### 2.1 Estado actual del conocimiento:

La teoría de la Agenda Setting se concentró originalmente en responder en qué medida las noticias influyen en la opinión pública, determinando la importancia que las personas asignan a ciertos temas o personajes particulares. Se posicionó, desde los años 60, entre la idea de la percepción selectiva, lo que Joseph Klapper denominó paradigma de los efectos limitados (el hecho de que los medios no modifican la opinión preexistente del público, sino que su influencia intensifica sus predisposiciones) y la teoría de la aguja hipodérmica. En oposición a esta última perspectiva, si bien asigna un papel central a los medios en la definición de la agenda pública no plantea efectos todo-poderosos sobre el público, ni considera a las audiencias como autómatas pasivos a la espera de ser programados por los medios (McCombs, 2006: 31).

Esta teoría permite analizar cómo los medios ejercen su influencia instalando temas y condicionando el modo en que las audiencias piensan acerca de ellos. El primer nivel de establecimiento de agenda remite a la transmisión de la importancia de un objeto, mientras que el segundo nivel considera la

<sup>2</sup> Incluir todos los integrantes del equipo de investigación, agregando tantas filas para cada rol de integrante del equipo de investigación como sea necesario.

<sup>3</sup> Deberá adjuntar FPI 39 debidamente firmados.

<sup>4</sup> Idem nota 2.

<sup>5</sup> Idem nota 2

<sup>6</sup> Adjuntar certificado de materias aprobadas de estudiantes de carrera de posgrado.

<sup>7</sup> Adjuntar certificado de materias aprobadas de estudiantes de carrera de grado.

transmisión de la importancia de los atributos. Para McCombs (2006) el Framing es una extensión de la Agenda-Setting en su segundo nivel, porque se focaliza en los modos particulares en que tales cuestiones son presentadas y en cómo los problemas públicos son formulados ante las audiencias. Aruguete (2016) afirma que, si bien la pretensión de asimilar de manera lineal la agenda de atributos a la noción de Framing generó debates inconclusos, tienen en común la preocupación por la definición de la realidad que organizan los medios de comunicación. Amadeo (2008) señala que la principal diferencia tiene que ver con que los primeros no resuelven la cuestión de la definición de la realidad y solo se encargan de observar los efectos. Por otra parte, los frames no pueden ser reducidos a meros atributos, más bien se trata de encuadres que sostienen todo el proceso de comunicación. Son construcciones generales que cruzan el discurso y se plasman en el texto, presentando temas y atributos de acuerdo a ideas subyacentes compartidas.

La teoría del Framing presenta limitaciones a la hora de definir su objeto de estudio. Es considerado un paradigma fragmentado (Entman, 1993) debido a que, por una parte, distintos autores aportan definiciones y usos diversos del término. Por otra parte, los avances registrados no convergen en una misma dirección ni muestran consensos básicos respecto a los modos en que las “distintas figuras simbólicas se entretajan en el discurso para constituirse en frames, así como sobre el abordaje metodológico más adecuado para identificarlos” (Koziner, 2015; 56). Amadeo (2008) marca una divergencia significativa: la mayoría de los autores analizan solo una etapa del proceso (la elaboración, la presencia en el mensaje o la recepción) y no trabajan de manera integral.

Las definiciones de Reese, Tankard y Entman permiten establecer líneas de investigación consistentes. De acuerdo con Reese (2001), los frames son principios organizadores, socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que operan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo. Para Tankard (1991) el frame no es el contenido de la noticia, sino una idea o un conjunto de ideas organizadoras de los contenidos, ya que proveen un contexto y sugieren de qué se trata el tema en cuestión. El framing opera a través de la selección, énfasis, exclusión y elaboración de la noticia. En sintonía con esta definición Entman propone analizar el framing como el proceso de selección de algunos aspectos de la realidad percibida y la asignación de relevancia en un texto comunicativo, de forma que promueva determinadas definiciones de un problema, una interpretación causal, evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto.

Los medios no reflejan directamente ni transmiten neutralmente la realidad. Son actores centrales de una realidad que contribuyen a conformar. Los periodistas recurren a los frames -utilizan recursos subyacentes en la cultura- para dar sentido a la noticia. Al encuadrar seleccionan, describen y traducen los sucesos. En principio, los estudios sobre framing posibilitan hacer operativo el proceso ya que permiten entender cómo se produce esa mediación (Amadeo, 1999).

Sin embargo, no existe consenso respecto al grado de conciencia que conllevan el conjunto de operaciones de encuadre. Los autores que sostienen que se trata de una acción inconsciente, se separan de la teoría del indexing cuando plantea que el acto de elección y jerarquización de la información en un texto noticiosos es una actividad consciente del periodista (Amadeo, 2008). Para Gitlin (1980) los frames son más que un sistema de selección de temas noticiables. Son patrones persistentes en las mentes de quienes dominan los símbolos sociales, lo que les permite dominar los términos en los que se discute un tema. Por su parte, Aguilar y Gaitán (2012; 9) advierten en D'angelo, Entman y Tankard una concepción activa de los frames, como elementos que emiten señales discursivas de gran alcance y consideran a los periodistas como profesionales en el manejo de símbolos con un alto grado de auto-reflexividad.

En la actualidad, a partir de los avances en las teorías de la comunicación, pareciera ingenuo obviar que los agentes implicados en un asunto tienen en cuenta que el acto de elaborar una noticia es un acto de construir la realidad (Tuchman, 1978). En este sentido, cobra relevancia indagar sobre la complejidad que presenta la construcción del texto noticiosos, analizar si es el resultado de un proceso inconsciente de rutinas y patrones persistentes de los periodistas o se trata, en cambio, de actores con un mayor nivel de conciencia de sus prácticas.

Para estudiar los frames hace falta comprender el contexto, las relaciones recíprocas entre periodistas, medios, actores y audiencias. Es un proceso dinámico de atribución, transmisión y recepción. Si bien los frames forman parte de la cultura y “cuanto más congruente sea un frame con los esquemas que dominan la cultura política, mayor será el éxito del que disfrutará” (Entman, 2003; 422), no se puede dejar de indagar sobre el papel que juegan los actores involucrados en esa definición, ya que los agentes plantean contiendas de frames continuas, que no son independientes entre sí y se explican en su interacción. En este sentido, el framing se presenta como un paradigma integral y una teoría dinámica (Amadeo, 2008).

Para Sádaba (2012) el framing es un enfoque potente para analizar la comunicación política, ya que permite comprender las interacciones entre medios de comunicación, políticos y ciudadanía. Permite observar el proceso desde una mirada estratégica, para comprender los modos en que se encuadran los asuntos públicos. No siempre son los medios los primeros en presentar definiciones sobre la realidad. Los actores políticos buscan promover juicios, actitudes y conductas en los receptores. Según Muñiz (2015), ciertos contextos –por ejemplo, electorales–, se intensifica el trabajo de los actores políticos para tratar de introducir sus encuadres en la trama informativa. A diferencia de los periodistas, que lo hacen movidos por rutinas profesionales, los actores intentan activar mecanismos estratégicos para imponer su visión particular del asunto en la agenda mediática. Conflictos, disputas y controversias forman parte del framing. Como consecuencia, los actores políticos se ven llevados “a competir entre ellos y con los periodistas en su intento por lograr que determinados encuadres noticiosos ocupen un lugar prominente en las noticias y otros queden ocultos” (Arugete, 2010, 6).

¿Cuál es la influencia entre la agenda política y la agenda mediática? ¿Qué rastros deja esa interacción en los textos noticiosos? En principio, las investigaciones sobre Agenda-Setting han situado a la agenda mediática como la fuerza motriz que mueve tanto a la opinión pública como al poder político. Tardíamente se ha comenzado a preguntar ¿cómo se establece la agenda de los medios? Estos estudios de tradición norteamericana que reciben el nombre de Agenda-Building, efectuaron un desplazamiento en torno a los estudios de Agenda-Setting, para indagar sobre la construcción de la agenda como producto de una interacción dinámica entre los actores implicados. Exploran los condicionamientos que intervienen a la hora de seleccionar los temas que serán noticia, su elaboración y la forma de hablar sobre ellos. Analizan las disputas entre los agentes “que pugnan por establecer sus demandas, intereses y representaciones como legítimas”. En este sentido “los medios de comunicación son considerados como “arena y actor de esa competencia”. (Peña, 2009; 54).

Los estudios sobre Agenda-Building trasvasan los efectos de los medios sobre el público para introducirse en la disputa por la fijación de agenda en y entre los medios y la agenda política (Arugete, 2016). La agenda mediática perdió centralidad explicativa y se convirtió en una variable dependiente, determinada por factores institucionales (Sigal, 1973), valores noticiosos (Golding, 1981), prácticas profesionales: hábitos, valores asociados al rol social del periodista que son internalizados individual o colectivamente (Gans, 2004), y rutinas de trabajo (Shoemaker y Reese, 1996; Tuchman, 1972) y relaciones entre periodistas, medios y agentes del campo político (En Arugete, 2016; 39).

Los ejes centrales de las investigaciones sobre Agenda-Building son: los elementos y factores que condicionan la construcción de la agenda (contexto socio-político, marcos culturales, prácticas profesionales, presiones institucionales, etc.); las tensiones y relaciones de fuerza entre los actores capaces de definir los temas presentes u ocultos en el debate público (Sádaba, 2008); las relaciones de los medios de comunicación entre sí, y entre los medios y los tomadores de decisiones (Charron, 1998); las influencias diferenciales de los tipos de medios y los tipos de noticias (Bartels, 1996); las fuentes de información y su mayor o menor capacidad de emplazar las agendas política y mediática (Bennett, 1999). (Arugete, 2016).

Los estudios sobre framing suelen dejar al margen la cuestión de la distribución del poder. Las herramientas conceptuales que ofrece la teoría y los aportes de la agenda building permiten pensar en futuras líneas de investigación en este sentido (Koziner, 2013, 23). Arugete (2013) señala que

en Argentina no se hallaron evidencias empíricas sobre la relación entre medios y gobierno, que excedan la mera indagación del uso y la subordinación de los líderes políticos a la lógica mediática para lograr una permanencia en el poder (Waisbord, 2013) o la participación heterogénea de los actores involucrados en un acontecimiento en calidad de fuentes de información (Amadeo, 1999; Aruguete, 2011; Aruguete y Zunino, 2013; Rey Lennon, 1998), un dato insuficiente, si lo que se busca es analizar la correlación de fuerzas existente entre los actores.

Respecto a las representaciones sociales y su producción y reproducción en los medios de comunicación escritos, contamos con dos investigaciones específicas sobre RS en torno al partido de La Matanza. Una de ellas es la de Cecilia Melella (2019: P.97) en la que se propuso estudiar, a través del discurso de los medios de prensa, “entendidos como formadores de “sentido común” y de discursos hegemónicos e imaginarios sociales (...) contribuyeron a construir representaciones sociales que definen al Partido de La Matanza “como un otro radicalizado a partir de tópicos que se despliegan desde el exceso (espacio del delito y de la no-política) y desde la falta (espacio del abuso y de la carencia) visibilizando una frontera simbólica que deja obturado el espacio para la construcción de identidades políticas legítimas”. La otra investigación, de corte cuantitativo, a cargo de Agustina Bertolo y otros (2018) tuvo como objetivo indagar sobre la forma en que la prensa gráfica de alcance nacional representa a los habitantes de La Matanza. Para ello realizaron una sistematización de las notas sobre este partido en función de la sección del periódico donde eran tratadas. Al respecto, se obtuvo que en Clarín más de la mitad de las notas (52%) se ubicaban en la sección de policiales mientras que en La Nación y Página12 la mayoría eran tratadas en la sección de asuntos políticos (40 y 43% respectivamente).

## **2.2. Problemática a investigar:**

Nos proponemos analizar la forma en que la prensa nacional escrita, en tanto actor institucional de producción y difusión de opiniones e información, participa en interacción comunicativa con otros actores sociales y políticos (comunidades, gobierno, partidos políticos, movimientos sociales, sindicatos, intelectuales, otros) del proceso de configuración de representaciones sociales (“corazón de la opinión pública”) sobre el Partido de La Matanza.

Concretamente, analizaremos el debate público-político por instalar puntos de vista o representaciones sociales (RS) legítimas respecto del Partido, durante los meses de junio a octubre de 2023 en el marco del proceso electoral a través de las coberturas de los siguientes periódicos: Página12, Clarín y La Nación. Específicamente desde el 24 de junio que se inició formalmente la campaña electoral hasta el 22 de octubre día en que se celebraron las elecciones generales.

Desde la perspectiva de las RS, buscamos reflexionar sobre la función social, política y cultural de los medios de comunicación, en este caso, la prensa nacional escrita seleccionada. Entendemos que la prensa es escenario, autor y actor del debate público- político, campo (re) productor de textos e imágenes constitutivas de unas RS que delimitan la percepción y significación (de) y toma de posición respecto a diversos objetos y/o sujetos y, eventualmente, orientan la acción sobre el entorno para transformarlo o conservarlo. En este sentido, algunas de las preguntas que guiarán el análisis son: ¿Qué principios organizadores utiliza la prensa para abordar ciertos objetos y/o sujetos para facilitar su interpretación y orientar la percepción e interpretación de los lectores? ¿Qué representaciones circulan a través de los medios? ¿Cuál es su contenido? ¿Su valoración es positiva o negativa? ¿Qué causas se identifican? ¿Qué responsabilidades se imputan? ¿Quiénes y cómo acceden a la prensa? ¿Reproduce, banaliza o trivializa representaciones de otros actores?

Consideramos que el campo periodístico funciona como agente que, en el marco de su interacción comunicativa con otros agentes, (re) produce las RS sobre el Partido, sus problemas y oportunidades, sus liderazgos sociales, sus representantes políticos y sobre sus políticas, a través de la construcción del texto noticioso, prácticas de selección, elaboración, exclusión/ inclusión de ciertos temas o asuntos de un tema, su interpretación causal, evaluación moral, caracterización de los actores y propuestas de un curso de acción.

La carencia de trabajos académicos que aborden un asunto que permite evaluar la significación política, económica y sociocultural que la prensa nacional escrita asigna al Partido de La Matanza, dota de relevancia el trabajo, al tiempo que define su naturaleza exploratoria. Otro elemento que otorga relevancia al tema es el contexto de producción y circulación de los textos periodísticos: las elecciones del año 2023 donde la ciudadanía elegía Presidente y autoridades provinciales y municipales. Se trata de un proceso durante el cual distintos actores jugaron el juego de imponer como legítimas sus RS respecto de la política, el Estado, el mercado, la sociedad, las relaciones entre éstos y definiciones referidas al Partido. En ese sentido, una línea de indagación del proyecto será la multiplicidad de formas de (re) producción, legitimación y deslegitimación en el escenario público- político de denominada grieta entre dos modelos políticos diferentes respecto de asuntos tales como aspectos institucionales, derechos humanos, economía, políticas públicas, comunicación, seguridad, trabajo, campañas electorales, otros, y cómo se constituyó en torno al Partido.

### **2.3. Objetivos:<sup>8</sup>**

#### **Objetivo general:**

Identificar y analizar las RS sobre el Partido de La Matanza que circulan o son (re) producidas en las coberturas de Página 12, Clarín y La Nación durante los meses de junio a octubre de 2023 y si las mismas guardan relación con la definición de la prensa nacional escrita como actor del sistema político con “autonomía relativa” respecto de otros actores en la producción y distribución de RS.

#### **Objetivos específicos:**

1. Identificar asuntos incluidos/excluidos en la agenda de los medios periodísticos seleccionados durante el período electoral de junio a octubre del año 2023 referentes al Partido de La Matanza.
2. Identificar en la prensa RS referentes a diferentes asuntos sobre y vinculados a La Matanza.
3. Registrar y analizar en los textos periodísticos la interacción entre periodistas, actores sociales y políticos para identificar y analizar la capacidad de estos últimos de ingresar a la agenda mediática y legitimar sus puntos de vista o formas de interpretar la realidad.
4. Identificar diferencias y parecidos de familia entre los medios de prensa respecto a la relevancia, tipo de tratamiento y contenido de los asuntos convertidos en noticia sobre la Matanza en relación a las variables seleccionadas.

(Las dimensiones de RS serán abordadas considerando la selección, la exclusión, el énfasis de ciertos asuntos, su definición, interpretación causal, evaluación moral -positiva o negativa- y la recomendación de un curso de acción)

### **2.4. Marco teórico:**

#### **1. Introducción**

En este apartado nos proponemos comenzar a enunciar algunos aspectos centrales de la aproximación sociológica de Pierre Bourdieu a la teoría de las representaciones sociales (RS), con la que el autor busca contribuir a la comprensión de las formas en que los agentes realizan

---

<sup>8</sup> Detallar objetivo general y objetivos específicos.

intercambios con su entorno social a través de representaciones y estrategias construidas en condiciones estructurales específicas (Bourdieu, 1997, 2002).

El interés de esta investigación está centrado en las representaciones que circulan a través de los medios de prensa nacional escrita (Página12, Clarín y La Nación) sobre el Partido bonaerense de La Matanza en el contexto de las elecciones 2023, desde las PASO hasta el resultado de los comicios.

Condición necesaria en la producción y la re producción de las RS es su comunicación. En este sentido, el análisis de rol de los medios de comunicación en la forma en que los sujetos piensan el mundo y sus posibilidades en él, es una dimensión indispensable en el análisis de los fenómenos sociales porque son junto a otras instituciones sociales, la vía a través de la cual la sociedad se apropia de “la realidad”.

La cobertura periodística de cualquier evento, sobre todo de aquellos que son controvertidos en tanto expresan proceso de distribución desigual del poder político y del conocimiento social es un proceso pluridimensional del que participan periodistas y otros agentes políticos y sociales interesados en hacer pública su palabra e incidir en las representaciones que sobre las políticas y los políticos tienen los lectores. Práctica que es producto tanto de múltiples factores condicionantes del contexto en el que dicha práctica se realiza, como de las disposiciones subjetivas de los agentes participantes.

Siguiendo a Bourdieu, utilizaremos el concepto de “agente” para referirnos a todo sujeto individual o colectivo, institucionalizado o no, que en el marco de la interacción situada con otros agentes, participa de la configuración de los procesos sociales y políticos elaborando representaciones de la realidad social. En ese proceso performativo, algunos agentes tienen mayor capacidad que otros para lograr transformar sus representaciones en aquellas que más se parecen a la “verdadera naturaleza de las cosas”, esto es, verdades de sentido común que pueden orientar sus acciones e incidir en el entorno.

Cómo es el proceso por el cual representaciones particulares tienen la capacidad de configurar o devenir en realidades fácticas, ha sido históricamente objeto de la sociología desde la perspectiva de las representaciones y del conocimiento. Afirmamos que el proceso de producción y reproducción de las representaciones colectivas está indefectiblemente unido a la comunicación, motivo por el cual un capítulo indispensable de esa sociología, entre otros, son las observaciones acerca de cómo esos agentes construyen la probabilidad de imponer la propia voluntad, las propias percepciones o representaciones en la relación social que establecen con los medios y, a través de ellos, con otros actores políticos sociales específicos y con la sociedad en general, orientando su acción a la incidencia en las agendas y narrativas mediáticas. Desde esa perspectiva, la prensa es un actor político que puede observarse desde una dimensión diacrónica como una de las arenas donde el poder social se construye y, desde una dimensión sincrónica, como expresión del estado de la correlación de fuerza entre actores que disputan por el significado y la forma en la que deben ser representada y vivenciada la “realidad”. Identificar en la narrativa de los medios representaciones sobre La Matanza y a sus productores es objeto de esta investigación.

En este capítulo, y a modo de presentación, haremos una somera síntesis de las contribuciones de la teoría de las RS a la comprensión de la forma en que la realidad se construye socialmente. Finalmente desarrollaremos algunos conceptos estelares en la teoría de la acción de Pierre Bourdieu y para vincularlo con la teoría de las RS consideraremos al menos las siguientes dimensiones:

- La noción de habitus propuesta por el autor desempeña un papel esencial en la configuración de las representaciones sociales, disposiciones y tomas de posición de los agentes (Bourdieu,1997).
- Entendemos que los conceptos de representación social y habitus son equivalentes en cuanto a la función de orientar las prácticas y/o estrategias que los agentes utilizan para desenvolverse en sus campos de actuación y el espacio social.
- El estructuralismo genético de Pierre Bourdieu se distingue de tanto de los enfoques psicologistas, idealistas o subjetivistas como de los más materialistas u objetivistas porque asigna a los conceptos de posición, campo, capital un lugar imprescindible dentro del proceso

de producción del habitus y de las representaciones de los agentes. También por el lugar asignado a la historia en tanto que todos los fenómenos sociales que se expresan con esas nociones o conceptos son producto de un proceso de construcción histórica.

Más tarde nos adentraremos en la doble naturaleza subjetiva u objetiva de lo social, sin embargo, podemos adelantar que es condición la que dio lugar a que Bourdieu identificara su teoría con el nombre de “estructuralismo genético” o “estructuralismo constructivista”:

“Por estructuralismo o estructuralista, quiero decir que existen en el mundo social, y no solamente en los sistemas simbólicos, lenguaje, mito, etc, estructuras objetivas, independientemente de la conciencia y de la voluntad de los agentes, que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o sus representaciones. Por constructivismo, quiero decir que hay una génesis social de una parte de los esquemas de percepción, pensamiento y de acción que son constitutivos de lo que llamo habitus, y por otra parte estructuras, y en particular de lo que llamo campos y grupos, especialmente de lo que se llama generalmente clases sociales (Bourdieu, 2007b:127).

## **2. Aproximación al concepto de representación**

### **2.1. Orígenes del concepto. Las representaciones colectivas de Émile Durkheim**

En el campo de la sociología Durkheim fue uno de los primeros sociólogos en pensar las influencias que los procesos sociales tienen en los procesos cognitivos. Los escritos que forman parte de su teoría sociológica del conocimiento son “Representaciones individuales y representaciones colectivas”, “De ciertas formas primitivas de clasificación”, escrito con Marcel Mauss y “Juicios de valor y juicios de realidad”, trabajos que confluyen, ampliados en “Las formas elementales de la vida religiosa”, una de sus obras más destacadas publicada en 1912. El principio teórico metodológico que orienta todas las aportaciones del autor es que lo social no es igual a la sumatoria de sus partes sino un objeto de naturaleza sui generis, que lo social se explica por lo social y los fenómenos individuales por el estado de la colectividad y no viceversa. Es el individuo quien nace de la sociedad y no la sociedad de los individuos (Durkheim, 2000b). En “Representaciones individuales y representaciones colectivas” el autor afirma que la vida colectiva, al igual que la vida mental del individuo, está hecha de representaciones, pero de distinto tipo, ya que las representaciones colectivas son producidas por los intercambios entre las conciencias individuales y, al mismo tiempo, las sobrepasan. Las representaciones colectivas necesitan de las individuales, pero no surgen de los individuos tomados aisladamente sino de su asociación. Se requiere de esa asociación para que las representaciones de las personas se conviertan en cosas exteriores a las conciencias individuales.

Durkheim afirma que “si llamamos espiritualidad a la propiedad distintiva de la vida representativa en el individuo, deberemos decir de la vida social que ella se define por una hiperespiritualidad (Durkheim, 2000a: 58). En “Las Reglas del Método Sociológico” insiste con que la vida social está integrada por representaciones, a las que define como Hechos Sociales, diferentes y anteriores a los individuos, producto de su asociación y, por lo tanto, no se pueden reconocer a través de la introspección individual. Como otras instituciones sociales, las representaciones colectivas nos fueron legadas por las generaciones anteriores y nada tuvimos que ver con su formación, entonces, no es en la conciencia individual donde se podrán averiguar las causas que les dieron nacimiento. Hace falta comprenderlas como fenómenos sui generis (Durkheim, 2000b: 35-55). En “De ciertas formas primitivas de clasificación”, Durkheim y Mauss iniciaron su argumentación continuando con la idea de que el individuo o la conciencia no son suficientes para explicar la capacidad clasificadora con la que el pensamiento da forma al mundo. Clasificar implica la organización y el ordenamiento de los acontecimientos y los hechos del mundo en géneros y en especies, en subsumir los unos en los otros y en determinar sus relaciones de inclusión y de exclusión. Lo que permite las clasificaciones es la sociedad, el individuo por sí mismo no tiene esa capacidad. Por ello, las clasificaciones son hechos sociales, son externas a los individuos y se les imponen coercitivamente. Prueba de ello es que anteceden a la existencia de los miembros particulares de la sociedad y que las personas clasifican el mundo de la misma manera que los otros miembros de su sociedad y, además, si utilizaran otro tipo de clasificación se encontrarían con fuertes resistencias. Asimismo, y

esto es fundamental, la clasificación de las cosas reproduce la clasificación de la sociedad, lo que significa existe un estrecho vínculo entre el sistema social y el sistema lógico, que cada sociedad tiene un tipo particular de lógica, que las formas de pensamiento responden de su condición social y que, en consecuencia, no pueden calificarse como falsas o irracionales. El orden lógico y las categorías tienen poder coercitivo sobre el pensamiento de las personas. La sociedad, decía Durkheim, requiere para existir de un mínimo de conformismo lógico, una disciplina lógica. Las clasificaciones y la lógica para funcionar necesitan ser compartidas por todos los miembros de la sociedad. Resulta casi imposible pertenecer a una sociedad sin compartir sus clasificaciones básicas y cada sociedad se encarga de imponer su propio orden lógico. Los individuos “encuentran fuera de ellos una clasificación establecida (que no es obra suya y que expresa algo muy diferente a sus sentimientos personales) a la cual deben ajustarse”; la sociedad censura y ridiculiza a quienes juzgan sobre la base de principios distintos (sean éstos lógicos, morales o estéticos) a los que ella impone. Al mismo tiempo que constriñe, provee a los sujetos del lenguaje y los principios a través de los cuales se expresa, los valores que la sociedad impone se presentan como deseables a los individuos. La sociedad “es buena y caritativa al mismo tiempo que imperativa” (Durkheim, 2000a: 106-107).

Durkheim pretendía hallar una respuesta a la pregunta dónde surgen las categorías que ordenan el pensamiento humano y su respuesta fue que provienen de la sociedad. De esa manera, cuestionaba la tradición kantiana según la cual las categorías son innatas a los individuos. Para él, al igual que para la filosofía kantiana, las categorías (tiempo, espacio, género, número, causa, etcétera) son un marco que ciñe al pensamiento. Las categorías posibilitan al pensamiento mismo. Durkheim aceptaba que Kant tenía razón al decir que las categorías son anteriores a la experiencia, pero rechazaba su origen metafísico, lo que las hacía inexplicables. Las categorías, decía Durkheim, son anteriores a la experiencia porque son exteriores al individuo, porque son productos históricos, son hechos sociales. Durkheim apostó por una explicación histórica del pensamiento al afirmar que las categorías son productos sociales. Si la materia del pensamiento lógico son los conceptos —decía— hay que concluir que la sociedad está en la génesis del pensamiento lógico por medio de la formación de los conceptos. Los conceptos son impersonales, esto es, comunes a los miembros de una sociedad. La conversación, el intercambio intelectual, consiste en un intercambio de conceptos. El lenguaje es el resultado de una elaboración colectiva y expresa la manera en que la sociedad concibe los objetos de la experiencia. Las nociones que corresponden a los distintos elementos de la lengua son representaciones colectivas. Los conceptos —en su calidad de representaciones colectivas— agregan, a lo que podemos aprender por medio de la experiencia personal, la sabiduría acumulada por la sociedad a lo largo de los siglos. En este sentido, pensar lógicamente es pensar, en algún grado, de manera impersonal (Durkheim, 1992: 401-408)

En su búsqueda por construir e institucionalizar un espacio autónomo de la filosofía, la biología y la psicología conductista, para la explicación científica de los fenómenos sociales, Durkheim mostró que los conceptos, las categorías, las representaciones y las clasificaciones -aunque corporizadas en los sujetos- son hechos sociales que constriñen a los individuos pero los dotan de un lenguaje y un saber, que les sería imposible alcanzar con sus propias fuerzas. Esta construcción fue criticada por la sobre determinación de lo social, y en ese sentido, deja escaso margen para explicar la eventual participación de los sujetos en la construcción de las categorías de pensamiento o sobre su capacidad para transformar el mundo lógico y social que heredaron.

## **2.2. De las representaciones colectivas a las representaciones sociales (RS)**

Desde el campo de la psicosociología, S. Moscovici y sus colegas, partieron de las ideas de Durkheim. Sin embargo, y por razones que se explican a continuación, abandonan el concepto de representación colectiva e introducen el de representación social (RS).

Si Durkheim con el concepto de representación colectiva buscó poner en evidencia las determinaciones del mundo social sobre los individuos, Moscovici buscó evidenciar el proceso cognoscitivo de construcción y reconstrucción social. La idea de RS aparece aquí como un artefacto conceptual que permite pensar las múltiples relaciones entre los individuos y la sociedad.

En Moscovici lo central son las transformaciones del pensamiento y esas transformaciones están reguladas por las estructuras sociales de interacción. En este sentido, el sujeto produce y re produce

el conocimiento del sentido común a partir del repertorio cognoscitivo, simbólico y cultural que la sociedad pone a su disposición.

Con el concepto de RS se hace referencia a formas de conocimiento social con las cuales las personas piensan, interpretan y se posicionan ante la realidad cotidiana. En ese sentido, las representaciones pueden ser “márgenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos” (Jodelet, 1986).

Los individuos y los grupos realizan procesos cognitivos para posicionarse respecto de eventos, situaciones, objetos y de procesos comunicacionales en los que se encuentran implicados o interpelados. Esa actividad cognoscitiva que parece de naturaleza individual y, por lo tanto psicológica, está atravesada por lo social. Lo social interviene por la vía del contexto de actuación de personas y grupos, por intermedio de los esquemas comunicacionales y cognoscitivos proporcionados por la cultura y por el sistema de valores, creencias e ideologías. Para Jodelet representar es un acto cognitivo que significa «poner en lugar de» algo así como la sustitución cognoscitiva del objeto (real, mítico o imaginario). Representar significa también reproducir mentalmente una cosa, se trate de personas, objetos, eventos, ideas, etc.

Pero la representación no es un acto reproductivo. «Representar una cosa, un estado, —afirma Moscovici (1979)— no es simplemente desdoblarse, repetirlo o reproducirlo, es reconstituirlo, retocarlo, cambiarle el texto.» Cuando nos representamos algo no solamente expresamos simbólicamente lo que no está, lo ausente, sino que esa representación tiene significado para alguien. La representación es entonces algo del orden de la interpretación y de allí su carácter constructivo, su naturaleza autónoma, innovadora y creativa, en términos individuales y sociales.

La condición significativa de toda representación quiere decir dos cosas: 1) la primera refiere a que la estructura de la representación tiene dos caras: la figurativa y la simbólica. A toda figura corresponde un sentido, y a cada sentido corresponde una imagen. Entendida la imagen como un conjunto figurativo o constelación de rasgos específicos, 2) la segunda, alude al aspecto dinámico de la representación. En cualquier acto de representación se da una actividad constructiva y reconstructiva por parte del sujeto. El sujeto es en este sentido, tal como dice Jodelet, un actor y, con frecuencia, un autor.

La dimensión simbólica de lo social entonces si bien pre existe al sujeto no se le impone simplemente. Hay un proceso de elaboración cognoscitiva y simbólica que orientará los comportamientos. De la actividad intelectual representativa se derivan cinco características fundamentales de la representación que Jodelet (1986) resume así: a) invariablemente representa un objeto, b) posee carácter de imagen y la propiedad de intercambiar percepción, pensamiento y concepto, c) tiene una naturaleza simbólica y significativa, d) posee propiedades constructivas, d) posee un carácter autónomo e innovador.

Las RS refieren entonces a una forma de conocimiento que circulan en los intercambios de la vida cotidiana y se caracteriza por ser de tipo práctico, es decir, orientado a la comprensión, explicación y dominio de los hechos de la vida diaria, y por intervenir la construcción social de la realidad. Son dinámicas. Al estar sometidas al intercambio de información y a la diversidad de contenidos característicos del sentido común, las RS son estructuras de pensamiento común cuyo contenido se construye y reconstruye permanentemente. Este hecho hace que el concepto de representación social lejos de definir un solo fenómeno o un mecanismo haga referencia conjunto heterogéneo de manifestaciones empíricas. En estas manifestaciones se identifica el contenido de la representación (un conocimiento) y un proceso, la reconstrucción mental de la realidad.

Dijimos que una representación no es simplemente una imagen o huella que la realidad o el objeto dejan en el sujeto (Moscovici, 1979), sino que la representación supone siempre un proceso de reconstrucción, un contexto de acciones e interacciones que modifica y recrea activamente el objeto. Desde este punto de vista, las RS son formas de conocimiento de sentido común activo, no reflejo,

que suponen la interpretación y la reflexión, pero que solo se pone en marcha en el marco de las interacciones entre los individuos y los grupos.

Para Moscovici, la representación social forma parte del «corazón colectivo» que es la opinión pública. Pero las proposiciones, valoraciones, creencias que constituyen una representación están estructuradas en formas diversas según las culturas y los grupos sociales. Pueden denominarse «universos de opiniones». Cada universo tiene tres dimensiones: la actitud, la información y el campo de representación. La primera, refiere a la orientación favorable o desfavorable respecto a un objeto; la segunda, se refiere a la organización de los conocimientos que posee un grupo en relación con un objeto social, y la tercera concierne al modelo social, a la unidad jerarquizada de los elementos que componen la representación, es decir, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto específico del objeto de representación (Moscovici, 1979 [1961]:45-48).

Para develar lo social de una representación es preciso, según Moscovici, ubicarse en el proceso de producción de las representaciones. Este proceso es colectivo pues la representación contribuye en la formación de las conductas y en la orientación de las comunicaciones sociales. Esa es la función específica de las representaciones.

Resumiendo lo dicho hasta aquí, las RS son una forma de pensamiento social surgidas en el marco de intercambios cotidianos de pensamientos y acciones sociales entre los agentes de un grupo social. Las RS son un conocimiento de sentido común diferente a otras formas de pensamiento como la ciencia, la mitología o la ideología, que se constituye y es compartido en el marco de los intercambios al interior de un grupo, también presenta una dinámica individual en tanto que es reflejo de la diversidad de los agentes y de la multiplicidad de sus construcciones simbólicas.

Que las representaciones sean producto de la dinámica social y compartidas socialmente no significa que sean genéricas, es decir, que existan RS universales a todos los objetos de la realidad social; por el contrario, las representaciones surgen respecto a objetos específicos y grupos específicos (Ibáñez, 1994; Piña, 2004).

Al mismo tiempo, las representaciones están incorporadas en el pensamiento de un agente por un proceso de construcción. Es posible establecer diferenciaciones entre RS en torno a una diversidad de objetos o hechos sociales, en virtud de la individualidad del agente, esto es, su subjetividad, y en función de la especificidad de su contexto sociocultural (Ibáñez, 1994).

Respecto del carácter compartido de las representaciones sociales, es necesario aclarar que éste no implica que las representaciones respecto a un objeto determinado sean idénticas para todos los agentes, sin importar su adscripción a un determinado grupo social.

Contrariamente a la idea de Durkheim, las RS tienen entonces un carácter heterogéneo y no consensual y Moscovici desecha por ello la definición de representación colectiva y adopta concepto de RS para caracterizarlas. El autor explica el fundamento de su propuesta cuando apuntó:

*“En nuestros días, por consiguiente, la representación colectiva tal como solía ser definida no es más una categoría general sino una clase especial de representación entre muchas con diferentes características. Parece una aberración, de cualquier forma, considerar las representaciones como homogéneas y compartidas como tales por la sociedad entera. [...] Lo que deseamos enfatizar al abandonar la palabra colectiva era esta pluralidad de representaciones y su diversidad dentro de un grupo”*

Las representaciones son dinámicas, están siempre en proceso de producción en el marco de las interacciones sociales basadas en la comunicación. Esto pone de manifiesto que las RS son un tipo especial entre otras y diferentes de las representaciones colectivas. Porque son dinámicas su naturaleza es plural y diversa entre grupos y al interior de los grupos.

Las RS se expresan en tanto proceso y en tanto contenido. Como proceso, se refieren a las formas en que se adquieren y comunican conocimientos; en este proceso interviene el papel que desempeñan los distintos medios de comunicación para la creación, transmisión y reproducción de

las formas simbólicas. Como contenido, las RS se manifiestan a través de tres dimensiones: la actitud, la información y el campo de representación (Araya, 2002; Ibáñez, 1994). La primera de ellas se refiere al aspecto afectivo de la representación, que implica una valoración positiva o negativa acerca del objeto representado. La información se refiere a las formas de explicación que el agente posee acerca del objeto, la cual puede variar dependiendo de la calidad y el tipo de información poseída, así como del grado de precisión de la misma. Por último, el campo de representación es definido como la forma en que se organizan los diversos elementos que la estructuran, lo cual incluye la especificación de su núcleo figurativo o central y de sus elementos periféricos (Abric, 2001b).

El carácter heterogéneo de las RS puede ser entendido si centramos la atención en la estructura que las conforma: un núcleo central y unos elementos periféricos.

Según Jean Claude Abric (2001a) el núcleo central está determinado por la naturaleza del objeto representado, por el tipo de relaciones que el grupo mantiene con el objeto, así como por el sistema de valores y normas sociales que constituyen el ambiente ideológico del momento y del grupo. Los diversos elementos que componen la representación social adquieren su significado y valor a través del núcleo central; al mismo tiempo, estos elementos se unifican y adquieren estabilidad, dotando a la representación social de una permanencia relativa y de resistencia al cambio. El núcleo central es el tipo de contenido de la representación que da a la misma su especificidad y su permanencia.

Alrededor del núcleo central se organizan los elementos periféricos de las representaciones sociales, los cuales se integran con base en el contexto de representación: en este tipo de elementos se integran las experiencias e historias individuales, proveyendo a la representación de un carácter flexible y heterogéneo (Abric, 2001b).

Según Ibáñez (1994), las fuentes de determinación de las RS, a partir de las cuales ellas se configuran, son:

- a. Las condiciones económicas, sociales e históricas de un grupo social o sociedad determinada;
- b. Los mecanismos propios de formación de las RS (la objetivación y el anclaje);
- c. Las diversas prácticas sociales de los agentes, relacionadas con las diversas modalidades de comunicación social.

De todas esas fuentes de determinación de las RS nos interesa destacar la que se refiere a los mecanismos sociales de comunicación e intercambio de información, dado que es a partir del contexto comunicativo donde se originan las representaciones sociales. Los medios de comunicación difunden a gran escala imágenes, nociones y lenguajes provenientes de diferentes campos (científico, artístico, político), que se integran o convierten en formas de conocimiento de sentido común. Cómo y en qué medida esto sucede depende de la cantidad y tipo de información que se encuentra disponible para los agentes y las posibilidades de su apropiación según el contexto sociocultural y la posición social que ocupan los agentes.

#### **4. Aportaciones de Pierre Bourdieu a la perspectiva de las representaciones sociales.**

El estructuralismo de Durkheim subsiste en la obra de Bourdieu, los une la idea de la fuerza de lo social sobre los individuos. No obstante ello, Bourdieu reconoce ciertos márgenes de libertad acción en el sujeto. Ello es así porque otro referente intelectual del autor es la teoría de la acción de Max Weber, para quién la idea de hecho social sería metafísica puesto que lo social se constituye la acción social o interacción significativa y mutuamente referida entre individuos, orientados por valores, fines, o bien por la tradición, afectividad o tradiciones, lo cual muestra que la acción no es del todo inconsciente. Para Weber, la acción de los individuos se podría catalogar como una acción semiconsciente, no hay ni plena consciencia, ni plena inconsciencia del individuo respecto de su acción (Cf. Weber, 1981).

Esta reivindicación del sujeto por sobre una estructura de otro modo reificada, lleva a Bourdieu a brindarle un cierto margen de consciencia a la acción individual en el marco de la estructura social,

de ahí su estructuralismo constructivista. Entonces intentará con su teoría de la acción social superar falsas dicotomías: estructura vs agente, mundo material vs mundo simbólico, conocimiento objetivista vs conocimiento subjetivista, a través de una “praxeología social” (Bourdieu & Wacquant, 1995: 20) que busca integrar los enfoques estructuralista y constructivista establecidos por el estructuralismo y la fenomenología. Desde esa propuesta conceptual es posible asociar al concepto de representación social, las nociones de espacio social, posición, habitus, capital, tomas de postura y estrategia.

Teniendo como referencia al marxismo también se diferencia cuando desecha todo determinismo material en el mundo social y establece que las relaciones que lo configuran no son solo materiales sino relaciones de sentido. En efecto, para Bourdieu, a las estructuras del mundo social se corresponden dos tipos de objetividades, una de primer orden y otra de segundo orden. La ‘objetividad del primer orden’, [corresponde a] la distribución de los recursos materiales y de los modos de apropiación de los bienes y valores socialmente escasos” (Bourdieu & Wacquant, 1995: 18-19). Esa objetividad se relaciona con la posición ocupada por el agente en el espacio social, con los elementos materiales a los que tiene acceso en virtud de tal posición y con las estrategias puestas en juego para apropiarse de estos recursos. La objetividad de segundo orden, hace referencia a los “sistemas de clasificación, de esquemas mentales y corporales que funcionan como matriz simbólica de las actividades prácticas, conductas, pensamientos, sentimientos y juicios de los agentes sociales” (Bourdieu & Wacquant, 1995: 18-19). Estos sistemas de clasificación y el conjunto de esquemas mentales y corporales de orden simbólico definidos por Bourdieu como habitus, constituyen la versión subjetivada de la estructura objetiva de primer orden. Entre esas dos dimensiones define una relación de mutua implicación o correspondencia.

Para Bourdieu: “existe una correspondencia entre la estructura social y las estructuras mentales, entre las divisiones objetivas del mundo social [...] y los principios de visión y división que les aplican los agentes” (Bourdieu, 1989, citado en Bourdieu & Wacquant, 1995: 21).

Con aquella distinción y re vinculación, el autor busca eliminar la falsa dicotomía entre estructura y agente, a través de conceptos de espacio social, de habitus y de capital (económico, cultural, social y simbólico). El mundo social puede ser representado como un espacio de varias dimensiones, construido en base a principios de diferenciación y distribución respecto de un conjunto de propiedades. Estas propiedades dotan de poder a quienes las poseen, por lo tanto, los agentes podrán definirse por sus posiciones relativas en este espacio. De ello resulta que el conjunto de propiedades actuantes en el campo y su distribución, puede verse como un campo de fuerzas o conjunto de relaciones de fuerzas objetivas que se imponen a todos los que entran en ese campo y que son irreductibles a las intenciones de los agentes individuales o incluso a sus interacciones directas. La sociedad puede representarse como un espacio social y sus campos se organizan en función de los capitales. La posición de un agente en el espacio social, depende de los tipos de capitales dados por su volumen o por su origen.

El concepto de capital hace referencia a esas diferentes especies de poder que se distribuyen desigualmente en los espacios sociales y que los jugadores hacen jugar en el juego para ganar posiciones. Existen cuatro tipos de capital: el económico, el cultural (conocimientos y habilidades) y el social (relaciones, contactos, prestigio). Finalmente, el capital simbólico, que puede funcionar a modo de capacidad de anular la distribución desigual y arbitraria de los capitales haciéndola pasar como natural. “De todas las distribuciones una de las más desiguales y sin dudas, en cualquier caso, la más cruel” Quien posee capital simbólico posee la capacidad para hacer cosas con palabras, producir criterios o discursos de verdad, imponer una determinada visión del mundo, establecer los criterios de diferenciación social, calificar, clasificar, organizar, jerarquizar.

Afirmamos más arriba que para Bourdieu, en el mundo social no existen solo relaciones materiales (precios, salarios, recompensas). El mundo social confiere reconocimiento, consideración “es decir, lisa y llanamente, razón de ser”. En lo social, las relaciones también son relaciones de sentido.

Toda especie de capital tiende a funcionar como capital simbólico, de modo que el autor propone hablar de efectos simbólicos de capital, cuando obtiene reconocimiento explícito o práctico, el de un habitus estructurado según las mismas estructuras que el espacio en el que se ha engendrado. En

otras palabras el capital simbólico no es una especie particular de capital sino aquello en lo que se convierte cualquier especie de capital en cuanto NO es reconocida en tanto capital, es decir en tanto fuerza poder, reconocida como legítimo. El capital actúa como capital simbólico en relación a un habitus dispuesto a percibirlo como signo de importancia, conocerlo y reconocerlo en función de estructuras mentales aptas y propensas a otorgarle reconocimiento porque concuerdan con lo que es. El capital simbólico depende entonces de la mirada, percepción y evaluación de los otros. Contar con el reconocimiento del otro significa también tener el poder de otorgar reconocimiento, de decir lo que merece ser conocido y reconocido, decir qué es, cómo es, en qué consiste lo que hay que pensar mediante un decir (predecir) performativo capaz de hacer que lo dicho sea conforme al decir. El volumen y la estructura del capital resultan de las posibilidades de apropiación del agente en función de su posición en el espacio social. Además, el capital se refleja en formas subjetivas, en estado incorporado a través de formas simbólicas constituidas por las representaciones, los sistemas de valores y las ideologías.

El habitus expresa no solo una posición objetiva en el espacio social, sino las disposiciones subjetivas propias de ese espacio, esto significa que para Bourdieu el agente es activo puesto que interpreta, reconstruye esas posiciones objetivas a través de formas simbólicas. El concepto de habitus es el arma utilizada en la contienda teórica sostenida por Bourdieu con las perspectivas más estructuralistas de lo social. Es un concepto mediador, que recoge la interacción entre lo social y lo individual, entre la estructura y el sujeto. Permite al autor (re) localizar lo individual en lo colectivo, hablar de subjetividad socializada y/o de la inscripción de las estructuras sociales en los cuerpos y en las mentes, de las estructuras sociales hechas sujeto. Define modos de ver, sentir y actuar que, aunque parecen rasgos particularísimos de los sujetos, son producidos socialmente, se aprenden a lo largo de la historia personal por interiorización de normas, socialización familiar, escolar, durante la trayectoria por todos los campos que atraviese el sujeto a lo largo de su biografía (campo político, académicos, periodístico, artístico, económico, etc.)

“Estructuras, estructuradas, estructurantes”, los habitus son esquemas básicos de percepción y pensamiento, principios “orientadores” de prácticas, puesto que las estructuran pero no determinan. Estas últimas son para el autor producto de la relación dialéctica entre el habitus, desde el cual se percibe y valora una situación y los problemas y oportunidades que esa situación plantea. Formas de ser, pensar y sentir características del campo que las crea y a su vez condición de la existencia.

Sintetizando, las formas en las que se entabla la correspondencia entre la estructura objetiva y estructura mental del agente concede a este último un papel activo en la conformación de la realidad social y atribuye al saber o pensamiento ordinario un rol central en la (re) producción de las realidades objetivas y subjetivas; ese saber ordinario está constituido por RS y otras formas de pensamiento social, como la ciencia, las ideologías, los mitos, las religiones.

En esta perspectiva lo social es una construcción y esa construcción es condicionada por la percepción acerca de la misma y tiene como resultado un “conocimiento práctico” (Bourdieu & Wacquant, 1995: 19). De esta forma, entre la estructura social y la estructura del agente existe una relación de implicación en la que cada una es definida en función de la otra.

### **Representaciones sociales, posición social y habitus.**

De este proceso de construcción social forman parte las representaciones en tanto formas de pensamiento producidas en contextos específicos. A cada espacio social le corresponden unas formas específicas de distribución de los recursos económicos, sociales, culturales y simbólicos. Esa correspondencia no es determinista puesto que el agente participa en la construcción de esa estructura social, al asignarle significados simbólicos y legitimidad.

Si bien es cierto que las RS no son un mero reflejo de la realidad puesto que, como vimos en apartados anteriores, ya que suponen un proceso de interpretación y producción de la misma, también lo es el hecho de que la realidad social impone sus condiciones de interpretación y de construcción de significados. Las matrices socio estructurales y los entramados materiales en los

que estamos inmersos definen nuestros modos de lectura, claves interpretativas e inyectan en nuestra visión de la realidad una serie de condicionantes que reflejan nuestras inserciones en la trama socioeconómica y en el tejido relacional. (Ibáñez, 1994: 165)

Desde esta perspectiva, las RS se encuentran ligadas a la ubicación socioeconómica y cultural del agente o grupo social. En tanto pensamiento social constituido, las representaciones actúan como unas lentes que otorgan significado la realidad; al mismo tiempo, conforman un pensamiento constituyente porque contribuyen a elaborar la realidad social.

De este modo, las RS contribuyen a la configuración del habitus en virtud de su naturaleza simbólica; una de sus funciones es hacer que las personas reconozcan y acepten la realidad social, integrándose a la posición social que le corresponde en función de sus esquemas de pensamiento. Este proceso es simbólico ya que proporcionan al agente los códigos de construcción de su realidad, otorgándole un significado; así, contribuyen a la reproducción de las relaciones sociales.

La forma en que se articulan las condicionantes estructurales y las funciones cognitivas involucradas en la configuración de las representaciones sociales, se expresa a través de dos mecanismos señalados: la objetivación y el anclaje. Repitamos que la objetivación consiste en el proceso de transformación de información abstracta en conocimiento concreto a través de la comunicación; el proceso termina en la conformación de significados figurativos, metafóricos o simbólicos que llegan a ser puntos de referencia compartidos acerca de un objeto. El anclaje es un proceso a través del cual las imágenes y significados del objeto de representación ya constituido pasan a formar parte de los conocimientos y creencias del agente.

Denise Jodelet (1986) apunta que el proceso de anclaje permite, a través de un sistema de interpretación de la realidad social, “clasificar a los individuos y los acontecimientos, para constituir tipos respecto a los cuales se evaluará o clasificará a los otros individuos y a los otros grupos” (:488).

El anclaje permite explicar cómo es que las RS tienen como condicionante la inserción social de los agentes, pues las imágenes y significados que los diferentes grupos sociales otorgan al objeto representado varían en función de la propia ideología del grupo, así como de la disponibilidad de la información que circula en el contexto comunicativo (Ibáñez, 1994).

Los mecanismos de objetivación y anclaje tienen por función hacer que el agente perciba su realidad como algo dado, normal o natural, en un proceso en el que el sistema de códigos sociales llega a formar parte de sus representaciones. Siguiendo esta línea de análisis, las determinantes sociales que rodean al agente se le presentan como algo natural, de lo cual forma parte y con lo cual se encuentra plenamente identificado. De acuerdo con esto, las RS cumplen otra importante función: la de contribuir a la configuración de la identidad de los agentes. El análisis de los procesos de objetivación y el anclaje permiten destacar la existencia de representaciones diferenciadas en función de la pertenencia a distintos grupos sociales. De acuerdo con lo dicho hasta ahora, nos es permisible asimilar el concepto de habitus con el de RS (Giménez, 2005).

Pierre Bourdieu abordó el modo en que el habitus del agente contribuye a generar su identidad; esto se logra en función de que las diferentes condiciones de existencia producen habitus diferentes; este proceso fue explicado por el autor de la siguiente forma: El habitus aprehende las diferencias de condición, que retiene bajo la forma de diferencias entre unas prácticas enclasadadas y enclasantes (como productos del habitus), según unos principios de diferenciación que, al ser a su vez producto de estas diferencias, son objetivamente atribuidos a éstas y tienden por consiguiente a percibir las como naturales. (Bourdieu, 2002b: 171) Así, el agente se identifica con su grupo de pertenencia y tiende a ver las características de otros grupos como algo que es ajeno a su identidad. El habitus y las RS constituyen así conceptos análogos. Gilberto Giménez (2005) señala que “el paradigma de las representaciones sociales [...] permite detectar esquemas subjetivos de percepción, de valoración y de acción que son la definición misma del habitus bourdieusiano y de lo que nosotros hemos llamado cultura interiorizada”.

## **Estrategias, representación social y habitus**

Las RS se forman a través de un proceso en el que intervienen los medios de comunicación social. Las RS son un conocimiento constituido que funciona de forma práctica porque determina la manera en que el agente se acerca a esta realidad, a modo de anteojos que guían la percepción y la acción. Sabemos que, cuando los agentes están expuestos a grandes cantidades de información aplican mecanismos de selección perceptiva y entonces se apropian de la que le resulta más oportuna o familiar según la naturaleza del habitus que le es propio. Al mismo tiempo, las propiedades que contienen la información seleccionada influyen en la construcción de ese habitus, pues dicha información adquiere un carácter individual al ser incorporada.

Las RS tienen un alto grado de determinación en la configuración del capital simbólico y el capital cultural en particular, puesto que estos están constituidos en buena medida por códigos que son asimilados por el agente y que son incorporados a su habitus. De esta manera, el habitus corresponde no solamente a las estructuras subjetivas a través de las cuales el agente percibe y construye el mundo social, sino que se corresponde con la forma en que los diversos tipos de capital se subjetivan en él, es decir, adoptan el estado de capital incorporado en forma de sistemas de creencias, valores e ideologías.

Las RS juegan un papel determinante en la conformación del habitus, pues constituyen los lentes a través de los cuales el agente lo construye, a la vez que esa misma realidad marca el contenido de esas representaciones. Por otro lado, y no menos importante, es la forma en que las RS sobre un objeto determinado generan tomas de postura respecto a él.

En este sentido, existe una analogía entre el conocimiento práctico que expresa la representación social, y el sentido práctico del que el habitus dota al agente.

## **2.5. Hipótesis de trabajo o los supuestos implícitos (según corresponda al diseño metodológico) :<sup>9</sup>**

Las representaciones sobre el Partido de La Matanza que circulan en la prensa nacional escrita son complejas y no necesariamente guardan relación con las RS de otros actores o campos en la (re) producción de las representaciones sociales.

## **2.6. Metodología:**

Las RS adoptan su forma en el texto noticioso. Allí es posible observar los principios empleados por periodistas y actores políticos y sociales, que compiten por dominar el texto y definir la situación. Los analistas deberán poner en juego su capacidad interpretativa para revelar aquellas definiciones de los hechos que se presentan como autoevidentes e identificar los elementos que las organizan (Koziner, 2015).

El análisis de las RS consiste en la identificación de los elementos que las componen y su reconstrucción. En este sentido, el conjunto de las funciones o dimensiones de RS serán abordadas considerando la selección, exclusión, énfasis de ciertos asuntos, su definición, interpretación causal y la evaluación moral (positiva o negativa)—y, eventualmente, recomendación de un curso de acción. A través de una o varias oraciones puede desempeñarse más de una de esas funciones. Todo texto incluye, elementos congruentes o incongruentes con las RS dominantes, en cualquier caso volverán más relevantes aquellos que sí son coherentes, otorgando preeminencia a ciertas claves discursivas, al resaltar aspectos de los sucesos, utilizar denominaciones específicas, centrar la atención en unos actores y argumentos, seleccionar u omitir. Por otra parte, las RS a través de las cuales se tornan comprensibles, autoevidentes o naturales ciertos eventos, no requieren ser exhibida de modo manifiesto sino ser evocadas de manera directa o indirecta.

---

<sup>9</sup> En proyectos de desarrollo tecnológico puede ser reemplazada una hipótesis de trabajo por la propuesta de solución al problema de investigación mediante el diseño de un prototipo o elemento equivalente.

Las preguntas que articularán el análisis de contenido son: ¿qué dice, ¿cómo lo dice y qué omite decir la prensa sobre el Partido de La Matanza en época de elecciones? ¿Cómo aparecen representados los principales actores en los diarios analizados? ¿Qué espacio ocupa la voz de los actores locales en la construcción de esas representaciones?

La elaboración, registro y tratamiento cuali/cuanti de datos se realizará en el marco de una investigación de carácter exploratoria, sin antecedentes de investigación académica. Para el análisis de las RS de La Nación, Página 12 y Clarín respecto del Partido de La Matanza durante la cobertura del proceso electoral 2023 utilizaremos la técnica de análisis de contenido que nos permitirá conocer la estructura y contenido de los discursos mediáticos presentes en distintos soportes, reconstruir su arquitectura, detectar sus componentes y analizar su funcionamiento

El contexto de la campaña electoral nos enfrenta a un escenario en lo que distintos actores mediáticos, políticos y sociales buscan definir algunas situaciones como problemas públicos, por lo tanto merecen la atención y tratamiento por parte de las autoridades presentes y futuras. En este sentido, las RS que se (re) producen en y a través de los medios impliquen las dimensiones de la definición de una situación como problema: un diagnóstico y un pronóstico, unas causas, unas consecuencias, unos responsables y unos afectados. En la transformación de un problema en problema público que requiere de la atención e intervención de una multiplicidad de instituciones (no solo del Estado), el trabajo de la prensa es indispensable porque su información, comentarios e interpretaciones genera estados de opinión, concientiza al complejo universo sus lectores sobre la necesidad y oportunidad de resolverlo, puede generar rechazos y movilizar adhesiones; puede construir unos lectores más o menos neutrales o más o menos comprometidos con alguno de los puntos de vista en juego, (re) produciéndolo y legitimándolo a través de sus herramientas básicas de trabajo: las imágenes y las palabras.

Nos preguntamos si los medios de prensa escrita de información general analizados, actores indispensables del sistema democrático, grupos de interés y agentes de socialización, que realizan prácticas de exclusión, inclusión y jerarquización en el marco de sus estrategias globales de lucro y/o influencia, se perfilaron a partir de sus narraciones y comentarios como actores políticos en la definición de eventos que definieron como noticiables. La relación entre actores no solo es material sino fundamentalmente de sentido, entonces de qué manera aportaron con sus representaciones sobre la realidad o algunos eventos de esta de definir determinado estado de correlación de fuerzas en la arena política? .

Los medios de comunicación son actores económicos, políticos y sociales que aportan a la legitimación o deslegitimación de determinado orden de cosas, grupos, instituciones y personas a través de la (re) producción y difusión de imágenes, creencias, estereotipos, valores, representaciones. En este sentido, consideramos relevante comenzar a evaluar sistemáticamente la contribución de los medios en la construcción de opinión pública respecto de la significación social, político y cultural del Partido de La Matanza, su estado presente y sus desafíos. Esa agenda de investigación puede proveernos de información sobre la correlación existente entre el discurso de los medios y las representaciones, imágenes, estereotipos sociales sobre el Partido y sus representantes.

La nuestra no es una investigación de los efectos de los medios, sin embargo, el análisis sobre las RS que circulan a través de los textos periodísticos que proponemos es parte esencial de aquella y permitirá, en otras investigaciones, formular hipótesis teórica y empíricamente fundadas.

Partimos de la idea que la prensa utiliza unos textos y unas imágenes una para representar la realidad, interpretar y discutir sobre los asuntos públicos, y que estos marcos de interpretación pueden derivar en la creación, difusión y /o reproducción de imágenes, estereotipos y prejuicios.

Entendemos que las RS son propiedades específicas de la narración de las noticias. Para analizarlas y definir las variables que conforman nuestro libro de códigos, partimos de la idea según la cual los medios construyen la realidad y le dan sentido, seleccionando aspectos de la realidad percibida y dotándolos de relevancia.

Para definir las variables que conforman el libro de códigos, identificar y analizar las RS presentes en los textos noticiosos, partimos de aquella definición. Sin embargo, será el trabajo de lectura, intensiva y comparada, de los textos periodísticos, la que permitirá la definición final y grupal de las variables de análisis.

La dinámica que seguirá este equipo de investigación puede resumirse con la siguiente idea: del texto al contexto y viceversa, ya que es en relación al contexto donde los textos terminan por construir su verdadero significado, porque el contexto es la fuente de asuntos que la prensa convertirá en textos noticiosos y ámbito en el que circulan ideas, creencias prejuicios, saberes que influyen en su definición (recordemos que la relación entre las RS puede expresar relaciones de convergencia, contradicción o conflicto con las RS de otros agentes).

El conocimiento del contexto nos permitirá identificar y valorar qué asuntos privilegió la prensa y cuáles excluyó, qué prácticas, políticas y políticos/as legitimó y/o deslegitimó, cuál fue la naturaleza o carácter de su cobertura: carácter contextual, histórico y estructural o episódico, enfático de las personas, sus acciones y sobre todo sus malas acciones.

Este trabajo no cuenta con antecedentes de investigación, por lo tanto, para alcanzar sus objetivos, diseñamos un libro de códigos que será validado a lo largo del proceso de investigación, así como en estudios posteriores. Su diseño establece las categorías, variables y la prueba de los indicadores de medida que den cuenta de la forma en que fue encuadrado mediáticamente.

La primera actividad fue delimitar temporalmente la selección de textos periodísticos. Posteriormente, a cada integrante del equipo se le asignó un periódico y el relevamiento en el portal online del mismo de todo texto que a los asuntos tratados respecto de La Matanza entre los meses de junio a octubre de 2023.

En base a nuestros objetivos, se hará una distinción entre los textos de carácter episódico de aquellos de carácter contextual, histórico y estructural. Se descartarán los primeros<sup>10</sup> por su poca relevancia para el análisis cualitativo de las RS que circulan y se constituyen en el marco de la interacción comunicativa entre actores, textos que permitan poner en evidencia las estrategias de (re) producción y legitimación de ideas, saberes, creencias, puntos de vista que circulen con el objeto de orientar la percepción y las tomas de posición respecto de situaciones vividas en el Partido.

Luego se procederá a fichar estas notas, teniendo en cuenta: título, fecha, sección, si ocupa un lugar en tapa o contratapa, enlace o link, género, y una breve reseña del contenido.

En las reuniones de equipo serán puestas en común los temas tratados por la prensa durante el periodo en cuestión y se compararán distintos aspectos de las coberturas, su pertinencia y significación en la elaboración de un código único de lectura.

Como se mencionó anteriormente, las categorías irán surgiendo a partir de la lectura de los textos periodísticos y considerando los aspectos centrales que nos interesa indagar: fuentes institucionales y/o personales; protagonistas personales, institucionales y la valoración que la prensa hace de estos, pudiendo ser positiva, negativa o neutral; definición de los eventos, explicación causal o factores asociados, imputación de responsabilidad; orientaciones para la acción (distinguiendo si son propuestas por el medio, si expresa y asume como propias las orientaciones para la acción propuesta por otros actores, si es neutral y no se expresa al respecto.

Cada integrante del equipo armará el código de lectura para el periódico del que fue responsable para luego ponerlo en común con el resto de los integrantes del equipo a los efectos de crear un código único, atendiendo a la necesidad de que cada variable cumpla los requisitos de precisión,

---

<sup>10</sup> Advertimos que los textos de carácter episódico aunque no serán analizados si serán contabilizados a los efectos de dar cuenta de la relevancia la prensa nacional otorga al Partido.

exhaustividad, y exclusión mutua. Al equipo de investigación se integrarán formalmente durante el primer año dos estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Matanza, destacando el carácter de transferencia para las actividades de formación académica del proyecto. El resultado de ese proceso será matriz de análisis que aplicamos a cada periódico.

Para operacionalizar las variables e identificar las RS serán considerados presencia o ausencia de ciertas palabras clave, frases, imágenes estereotipadas, fuentes de información y oraciones que proveen grupos de hechos o juicios reforzados temáticamente (Entman 1993: 52).

Insistimos en la importancia del trabajo en equipo y de la puesta a prueba de la matriz en el marco de una investigación sin antecedentes de investigación académica que permita aplicar (y validar) códigos previos.

## 2.7. Bibliografía:

Abric, J. C. (2001b). Prácticas sociales y representaciones. México: Ediciones Coyoacán.

Araya Umaña, S. (2002). Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión. Cuaderno de Ciencias Sociales, 127. Extraído el 27 de junio, 2007 de:

<http://www.FLACSO.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/Cuaderno127>.

Bertolo, A, et al. (2018). Construcción de alteridades sobre el partido de La Matanza en los medios gráficos nacionales Página12, Clarín y La Nación. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicación, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.

Bonnewitz, P. (2003). La sociología de Pierre Bourdieu, Buenos Aires, Nueva Visión.

Bourdieu, Pierre. (1989), Prólogo: Estructuras sociales y estructuras mentales en Bourdieu, Pierre. La nobleza de Estado. Grandes Ecoles y espíritu de cuerpo, Paris: Minuit, s/n.

Bourdieu, P. (1991). El sentido práctico. Madrid: Taurus.

Bourdieu, P. (1997). Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona: Anagrama.

Bourdieu, P. (2002a). Estrategias de reproducción y modos de dominación. Colección

Bourdieu, P. (2002b). La distinción. Criterios y bases sociales del gusto, España, Taurus.

\_\_\_\_\_ (2007a) [1987], De las reglas a las estrategias en Bourdieu Pierre, Cosas Dichas, Barcelona, Editorial Gedisa, págs. 67-82.

\_\_\_\_\_ (2007b) [1987], Espacio social y poder simbólico en: Bourdieu, Pierre. Cosas Dichas, Barcelona: Editorial Gedisa, págs. 127-142.

\_\_\_\_\_ (2007c) Los tres estados del capital cultural en: Bourdieu Pierre, Campo del poder y reproducción social, Córdoba: Ferreyra Editor, Colección Enjeux,

Casillas, M. (2003). La sociología de Pierre Bourdieu. En García, A. (Comp.),

Castoriadis, C. (1993). La institución imaginaria de la sociedad. Buenos Aires: Tusquets.

Durkheim, E. (2000). Representaciones individuales y representaciones colectivas. En Sociología y filosofía, pp. 27-58. Madrid: Miño y Dávila Eds.

Giménez, G. (2005). Capítulo I: La concepción simbólica de la cultura. Manuscrito no publicado. Extraído el 6 de febrero, 2008 de: <http://www.paginasprodigy>.

com/peimber/cultura.pdf

Hewstone, M. & Moscovici, S. (1986). De la ciencia al sentido común. En Moscovici, S. (Comp.), *Psicología Social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*, 679-710. España: Paidós.

Ibáñez, T. (1994). Representaciones sociales. Teoría y método. En *Psicología social construccionista*, 153-216. México: Universidad de Guadalajara.

Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría.

[/www.researchgate.net/publication/327013694\\_La\\_representacion\\_social\\_fenomenos\\_concepto\\_y\\_teoría](http://www.researchgate.net/publication/327013694_La_representacion_social_fenomenos_concepto_y_teoría)

Kuschick, M. (1987, Otoño). Nota sobre la sociología de Pierre Bourdieu. *Revista Sociológica*, 5, 19-22.

Melella, C. (2019). "Imaginos urbanos, discurso mediático y fronteras simbólicas. La representación del partido de La Matanza en la prensa online". En Salizzi, E.; Barada, J. (Comp). *Fronteras en perspectivas / perspectivas sobre las fronteras*. Buenos Aires: Editorial Facultad de Filosofía y Letras UBA.

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Argentina: Ed. Huemul.

Piña, J. M. (2004). *La teoría de las representaciones sociales. Nociones y linderos*.

En Piña, J. M. (Coord.), *La subjetividad de los actores de la educación*, 15-54.

México: CESU-UNAM

## 2.8. Programación de actividades (Gantt):<sup>11</sup>

Actividades / Responsables 1er Año	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Responsable
Revisión bibliográfica (libros, revistas especializadas, artículos) sobre comunicación política y los usos de la perspectiva de las RS. RS y conceptos estrella en la teoría de acción de P. Bourdieu (espacio social, capital, campo, habitus, estrategia).	X	X	X	X	X	X	x	x	x				Todo el equipo
Seminario de equipo para fijar pautas de trabajo y poner en común conocimientos teóricos. Orientar la lectura y reforzar la					x	x							Directora

<sup>11</sup> Definir la programación de actividades para cada objetivo específico, y las personas responsables de su ejecución.

actividad de taller con alumnos ingresantes.													
Capacitación de las/os estudiantes para el relevamiento de datos							X	X					Directora y docentes
Relevamiento y análisis documentos oficiales para analizar la situación sociopolítica del Partido.			X	X	X	X	X	X	X				Todo el equipo
Relevamiento y lectura de prensa				x	x	x	X	X	X	X			Todo el equipo
Seminario interno para poner en común los resultados de la lectura de prensa la prensa, ajuste de corpus y discusión categorías de análisis.										x	x	x	Directora
Diseño de instrumentos metodológicos									x	x	x	x	Todo el equipo
<b>Redacción del primer avance</b>											X	X	Todo el equipo
Actividades / Responsables 2do Año	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Análisis de la prensa	X	X	X	X									Todo el equipo
Seminario interno para ajustar análisis de prensa													Directora
Redacción de los informes de cada uno de los periódicos.													Todo el equipo
Formulación de conclusiones									X	X			Todo el equipo
<b>Redacción del informe final</b>											X	X	Todo el equipo

## 2.9. Resultados en cuanto a la producción de conocimiento:

En función de la escasa producción de investigaciones académicas sobre el tema de estudio, a partir del conocimiento obtenido con la investigación, se contará con un análisis de las RS existentes en torno a La Matanza en un período electoral que tuvo como fenómeno inaudito la asunción abrupta y a través del voto popular de la ultraderecha a nivel nacional en nuestro país y su candidato a Intendente de La Matanza obtuvo el segundo lugar, siendo una sorpresa el resultado en las Elecciones Primarias de Agosto.

## 2.10. Resultados en cuanto a la formación de recursos humanos:

Dado que hay en el equipo integrantes que inician su carrera de investigación, en función de la disponibilidad horaria de los integrantes se establecerá una agenda de encuentros (reuniones, encuentros, talleres) para analizar los aspectos teóricos y metodológicos implicados en el desarrollo de cada una de las actividades del proyecto. Asimismo, y dado que tres miembros del equipo integran la Cátedra de Sociología del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales, utilizaremos los resultados de la investigación como insumos para la práctica en el aula. Aspectos tales como “la cocina de la investigación” (como se define el objeto de estudio, criterios de selección de fuentes de información, criterios de selección de la perspectiva teórica para el análisis) son abordados en el primer eje temático de la materia y esta investigación aporta a las preguntas sobre qué es la sociología, cuál es su objeto, sus métodos, las condiciones de posibilidad de la objetividad en ciencias sociales y el rol del investigador.

## 2.11. Resultados en cuanto a la difusión de resultados:

Los resultados de la investigación serán presentados en los seminarios, congresos, jornadas de sociología y en cualquier otro evento de divulgación académica vinculado a la temática en cuestión.

## 2.12. Resultados en cuanto a transferencia hacia las actividades de docencia y extensión:

Los resultados serán puestos a disposición y presentados a equipos de cátedra e investigación de nuestra universidad, de otros centros universitarios y a estudiantes de ciencias sociales.

## 2.13. Resultados en cuanto a la transferencia de resultados a organismos externos a la UNLaM:

Los resultados serán puestos a disposición de equipos de investigación, asociaciones de investigadores en comunicación política, asociaciones civiles, sociales y no gubernamentales que realicen acciones en el Partido de La Matanza, así como a técnicos que tengan como función la implementación de políticas públicas.

## 2.14. Vinculación del proyecto con otros grupos de investigación del país y del exterior:

Se buscará generar lazos e intercambios con equipos de investigación de universidades y centros de estudios especializados.

## 2.15. Destinatarios:

Tipo de destinatario		Subtipo de destinatario <sup>12</sup>	¿Cuál? Especificar	Demandante <sup>13</sup>	Adoptante <sup>14</sup>
Sector Gubernamental	Gobiernos	Del Poder Ejecutivo nacional			
		Del Poder Ejecutivo provincial			
		Del Poder Ejecutivo municipal	Técnicos y funcionarios que consideren la información útil para la implementación		

<sup>12</sup> Marcar con una X

<sup>13</sup> Demandante: entidad administrativa de gobierno nacional, provincial o municipal constituida como demandante externo de las tecnologías desarrolladas, que determina la necesidad del proyecto por su importancia social. Marcar con una X

<sup>14</sup> Adoptante: beneficiario o usuario en capacidad de aplicar los resultados desarrollados (organismos gubernamentales de ciencia y tecnología nacionales o provinciales; universidades e institutos universitarios de gestión pública o privada; empresas públicas o privadas; entidades administrativas de gobierno nacionales, provinciales o municipales; entidades sin fines de lucro; hospitales públicos o privados; instituciones educativas no universitarias; y organismos multilaterales. Marcar con una X

			de políticas públicas		
	Otras Instituciones gubernamentales	Poder Legislativo en sus distintas jurisdicciones			
		Poder Judicial en sus distintas jurisdicciones			
Sector Salud		Hospitales, centros comunitarios de salud y otras entidades del sistema de atención			
Sector Educativo		Sistema universitario	Investigadores, docentes y alumnos		
		Sistema de educación básica y secundaria			
		Sistema de educación terciaria			
Sector Productivo		Empresas	Medios de comunicación, periodistas y analistas		
		Cooperativas de trabajo y producción			
		Asociaciones del Sector	Organizaciones interesadas en conocer la temática		
Sociedad Civil		OSC y otras organizaciones sin fines de lucro	Organizaciones de distinto tipo que actúen en el Partido de La Matanza		
		Comunidades locales y particulares	Medios locales comunitarios		

### 3-Recursos Existentes<sup>15</sup>

Descripción/ concepto	Cantidad	Observaciones
-	-	-

### 4-Recursos financieros<sup>16</sup>

	Rubro	Año 1	Año 2	Total
Gastos de capital (equipamiento)	a) Equipamiento (1)	0	0	0
	b) Licencias (2)	0	0	0

<sup>15</sup> Antes de confeccionar el presupuesto del proyecto, será necesario que el Director incluya en esta tabla si dispone de recursos adquiridos con fondos de proyectos anteriores (equipamiento, bibliografía, bienes de consumo, etc.) a ser utilizados en el proyecto a presentar, y además se recomienda consultar en la Unidad académica la disponibilidad de recursos existentes factibles de ser utilizados en el presente proyecto.

<sup>16</sup> Justificar presupuesto detallado. Para compras de un importe de entre 6 y 60 módulos, (cuyo valor se regula de acuerdo con el Decreto 1030/16, Art 28) se requieren tres presupuestos. Superado ese límite, las contrataciones se realizarán según la normativa que rige las compras de la Universidad, todo de acuerdo con la Resolución HCS 143/2022.

	c) Bibliografía (3)	20.000	20.000	40.000
	Total Gastos de Capital	\$ 20.000,00	\$20.000,00	\$ 40.000,00
Gastos corrientes (funcionamiento)	d) Bienes de consumo	0	0	0
	e) Viajes y viáticos (4)	0	0	0
	f) Difusión y/o protección de resultados (5)	0	0	0
	g) Servicios de terceros (6)	0	0	0
	h) Otros gastos (7) (Suscripción a Clarín y a La Nación)	\$81.600,00	\$81.600,00	\$163.200,00
	Total Gastos Corrientes	\$ 81.600,00	\$ 81.600,00	\$163.200,00
	Total Gastos (Capital + Corrientes)	\$101.600,00	\$101.600,00	\$203.200,00

### **Aclaraciones sobre rubros del presupuesto**

- 1 Equipamiento: Equipamiento, repuestos o accesorios de equipos, etc.
- 2 Licencias: Adquisición de licencias de tecnología (software, o cualquier otro insumo que implique un contrato de licencia con el proveedor).
- 3 Bibliografía: En el caso de compra de bibliografía, ésta no debe estar accesible como suscripción en la Biblioteca Electrónica.
- 4 Viajes y viáticos: Viajes y viáticos en el país: Gastos de viajes, viáticos de campaña y pasantías en otros centros de investigación estrictamente listados en el proyecto. Gastos de viaje en el exterior: (no deberán superar el 20% del monto del proyecto).
- 5 Difusión y/o protección de resultados: Ej.: (Gastos para publicación de artículos, edición de libros inscripción a congresos y/o reuniones científicas).
- 6 Servicios de terceros: Servicios de terceros no personales (reparaciones, análisis, fotografía, etc.).
- 7 Otros gastos: Incluir, si es necesario, gastos a realizar que no fueron incluidos en los otros rubros.

### **4.1 Orígen de los fondos solicitados**

<b>Institución</b>	<b>% Financiamiento</b>
UNLaM	100%
Otros (indicar cuál)	