

1. Título del trabajo: **La visibilidad en clave de comunicación social: Desafío de las universidades católicas.**
2. Área y tema en el que se incluye el trabajo:
II. La sociedad humana: diálogo y contexto socio-económico. c) Pensadores y promotores que contribuyeron en el área. Ejemplos a proponer.
3. Tipo de trabajo:
Ponencia.
4. Desarrollo:

La presente ponencia se desarrolla en el marco del ENDUC VIII cuyo objetivo general nos invita a “Conocer, debatir y transmitir la presencia y el aporte del catolicismo en los diversos campos de la cultura y de la sociedad a lo largo de la historia de nuestro país (...)” (ENDUC, 2014)

En este contexto nos proponemos como objetivo describir las posibilidades de diálogo que brindan los medios de comunicación para generar espacios de inclusión social. Se trata de una investigación de tipo cualitativa, llevada a cabo por medio de una exploración bibliográfica, rescatando experiencias positivas en cuanto a transmisión de valores, a través de los medios en los últimos años en Argentina.

Aspiramos a lograr una síntesis entre diversas perspectivas epistemológicas del ámbito de la comunicación, y el pensamiento de la Iglesia entorno al objetivo propuesto. En esta búsqueda, consideramos que el humanismo es el cristal que mejor se adecua al problema que nos proponemos analizar. “Para poder estudiar la sociedad, desde esta perspectiva, se parte del sujeto y de sus prácticas, en tanto prácticas significantes que incluyen la perspectiva social. Los sujetos en su interrelación, llevan a cabo intercambios reglados cuyo análisis posibilita pensar en términos sociales”. (Díaz Larrañaga, 2014)

Adherimos a aquellos postulados que sostienen que el estudio de la comunicación debe contemplar tanto los medios como las relaciones interpersonales. No hacerlo, además de estar contra el espíritu del ENDUC, implicaría olvidarnos de la perspectiva humana que nos recuerdan tanto los documentos de la Iglesia como Su Santidad FRANCISCO, por ejemplo en el mensaje de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2014 donde nos decía:

“En este mundo, los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos. Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. (...) La cultura del encuentro requiere que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros. Los medios de comunicación pueden ayudarnos en esta tarea, especialmente hoy, cuando las redes de la comunicación humana han alcanzado niveles de desarrollo inauditos. En particular, Internet puede ofrecer mayores posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos; y esto es algo bueno, es un don de Dios.” (Francisco, 2014)

Por otro lado, pero con el mismo espíritu, el nuevo Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia afirma que los medios deberían “(...) edificar y sostener la comunidad humana en sus distintos sectores: el económico, político, cultural, educativo y religioso”. Y sintetiza que la información mediante los mass-media está al servicio del bien común. (C.D.S.I. 2004 - N°415)

En estas palabras preliminares, cabe también recordar que la sociedad analizada es a su vez la misma a la que nosotros (docentes universitarios, profesionales y estudiosos de la comunicación) pertenecemos, por lo tanto, en nuestro propio trabajo experimentamos la problemática inmanente a las ciencias sociales: “los seres humanos son [somos] a la vez el sujeto y el objeto de la investigación, lo que significa que el conocimiento de la sociedad es una forma de autoconocimiento”. (HUGHES, 1999)

Justamente por este motivo, una de las primeras realidades que debemos considerar al disponernos a analizar una problemática de comunicación, es la paradoja planteada por Dominique Wolton en *La Comunicación en el centro de la modernidad: un debate teórico fundamental*. La autora nos permite tomar conciencia de que aunque la historia de la comunicación es tan larga como la presencia del hombre en la Tierra, “la de las tecnologías del mismo nombre, es por el contrario, extraordinariamente reciente. Y los hombres, todavía no se han habituado a unos sistemas de comunicación que cambian considerablemente su percepción del mundo, su modo de vida y de trabajo, y ya deben prepararse para la etapa siguiente en la que todo irá aún más rápido”. (Wolton, 1999)

Con estas breves palabras, la cita además de plantear la paradoja anunciada en el párrafo anterior, permite advertir que los medios ejercen una gran influencia sobre las personas afectando distintos órdenes de la vida cotidiana y que lo hacen con una rapidez que incluso parece superar la capacidad de análisis.

El cardenal Francisco Javier Errázuriz Ossa, quien presidiera el CELAM, en la misma línea asegura que “en el vértigo de la comunicación constante, siempre sometida a los requerimientos del tiempo, parece perderse el sentido de “ser con otros y para otros” para quedarse solamente en “ver, leer, oír o sentir junto a otros”. Estar expuesto a los medios, no implica estar comunicado. Sin embargo, la alienación que provoca la tecnología en determinadas personas, puede generar “la sensación” de estar comunicados.

Cualquier mensaje transmitido a través de los medios de difusión masiva tiene la capacidad de ayudar al desarrollo de las personas, contribuir al bien común o, por el contrario, puede producir aislamiento, desorientación. Es tarea de los comunicadores católicos trabajar cotidianamente para lograr “la cultura del encuentro” a la que nos invita con insistencia el Papa Francisco. Quien agrega otra problemática que debemos atender. El Santo Padre además de reconocer que el deseo de conexión digital puede terminar por aislarnos de nuestro prójimo, de las personas que tenemos al lado, advierte que quienes no acceden a estos medios de comunicación social –por tantos motivos-, corren el riesgo de quedar excluidos. (Francisco, 2014)

Teóricos en esta materia, por su parte, sostiene que frente a la problemática de la reproducción social “sabemos que no hay cultura sin comunicación, y más aún, que la cultura es comunicación, y que no hay sociedad ni reproducción social sin comunicación, y que el principal exponente de las transformaciones sociales y económicas ha surgido de la revolución de las hoy ya no tan nuevas -aunque permanentemente renovadas- Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's). (Vizer, 2006)

Como consecuencia de lo señalado hasta aquí, insistimos en que descartamos cualquier estudio de la problemática de comunicación mediocentrista, es decir, que conciba “a la comunicación ligada exclusivamente a los medios de comunicación, desconociendo otros abordajes posibles” (Díaz Larrañaga, 2014).

De este modo lo han planteado, referentes de la Escuela de Palo Alto, surgida en la década del 40, cuyos trabajos fueron definidos como sociología de la vida cotidiana. Y si nos centramos en el desarrollo de las aproximaciones teórico-metodológicas de América Latina, a partir de los 80, uno de los máximos exponentes con quien coincidimos es el Dr. Jesús Martín Barbero, docente de Antropología en la Escuela de Antropología e Historia de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Martín Barbero, a través del análisis de la reconfiguración de los “modos de estar juntos”, permite tomar dimensión de las transformaciones socioculturales que mencionábamos más arriba. Por un lado, los nuevos medios, particularmente Internet, tienen la potencialidad de permitir establecer lazos sociales sin la presencia física ligada al carisma de un líder y “sin muchedumbre”. (Martín Barbero, 2014).

El autor sostiene que los medios han modificado nuestra percepción del espacio y del tiempo.

“Del ‘espacio’, profundizando el *desanclaje* que produce la modernidad por relación al *lugar*, desterritorialización de los mapas mentales y de las formas de percibir lo próximo y lo lejano. Paradójicamente esa nueva espacialidad no emerge del recorrido viajero que me saca de mi pequeño mundo sino de su revés, de la *experiencia doméstica* convertida por la televisión y el computador en ese territorio virtual al que, como de manera expresiva ha dicho Virilio “todo llega sin que haya que partir.” (Martín Barbero, J., -)

El tiempo, entonces, no debe ser entendido simplemente desde una lógica cronológica, ni el espacio en referencia directa al lugar físico. “Ambos son construcciones culturales, las cuales se expresan en las experiencias de los sujetos vivenciadas tanto interna como externamente. (...) las dimensiones espaciotemporales son estructuradas por la cultura y, a la vez, tienen un efecto estructurador al interior de las relaciones sociales”. (Díaz Larrañaga, 2014)

Claro está que los medios han llegado a trascender la simple acción de informar o vincular. Tienen la capacidad de crear nuevos espacios donde la gente conoce realidades y personas muy diversas, con las ventajas y los riesgos que esto implica, sobre todo si pensamos en los niños o adolescentes cuya capacidad de discernimiento aún está en etapa de desarrollo. Es interesante la lectura que hace Martín Barbero sobre este contexto comunicacional y la crítica a aquellos sistemas educativos que pretenden ignorarlo.

Las nuevas generaciones están habituadas a interpretar una compleja heterogeneidad de lenguajes y culturas que escapa a la lógica de la secuencia lineal propia de la palabra impresa. Martín Barbero entiende que esta empatía de los jóvenes con la tecnología les permite interactuar en un nuevo espacio comunicacional en el que “cuentan” menos los encuentros y las muchedumbres que el “tráfico”, las conexiones y, podríamos decir también, que los seguidores o los “retweets”.

El filósofo y sociólogo alemán Habermas, por su parte, sostiene que “los medios de comunicación liberan a los procesos de comunicación de la perspectiva provinciana que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo, y hacen surgir espacios de opinión pública, implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados

en el tiempo y en el espacio, y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados”.

Jesús Martín Barbero nos desafía a analizar la realidad desde una perspectiva inversa. Y plantea que el problema de comunicación es de invisibilización, ya que para ser reconocidos hay que ser vistos. Esta propuesta nos remite inmediatamente a la parábola del Buen Samaritano, el herido al borde del camino no fue visto porque no fue reconocido como un prójimo... En la Argentina de 2015, ¿cuántas veces pasamos indiferente delante de hombres y mujeres que sufren la marginalidad y la exclusión? Que están heridos y requieren la asistencia que se le brinda a quien se reconoce como hermano... Sin embargo, muchas veces sólo nos conmovemos y compadecemos cuando esa escena cotidiana se ilumina con las luces de una cámara, se viraliza a través de las redes sociales o es relatada por el periodista del momento.

Como analista y conocedor de las sociedades de América Latina, Martín Barbero asegura que hay que darle la palabra al pueblo para que se exprese y comparta sus problemas. Pero, una vez más nos llama la atención en cuanto a la lógica del análisis. El tema central no es la palabra, la voz; sino quién la escucha, a quién le interesa escuchar a esas minorías. “Otorgar ciudadanía es, en primer lugar, que existan, y para que existan para los demás tienen que ser vistos, pero con palabra. Dándoles la posibilidad de que hablen” y que se los escuche.

Este paso hacia la visibilidad es estratégico y la universidad católica puede cumplir un papel importante a la hora de empoderar mínimamente a la gente para que pueda contar sus historias. Pablo Freire decía que las personas debían aprender a leer para así también poder escribir y contar su propia historia, de lo contrario “otros lo harían por ellos”.

El Papa nos recuerda que los medios pueden “a contar y compartir, a permanecer en contacto con quienes están lejos, a agradecer y a pedir perdón, a hacer posible una y otra vez el encuentro. Redescubriendo cotidianamente este centro vital que es el encuentro, este «inicio vivo», sabremos orientar nuestra relación con las tecnologías, en lugar de ser guiados por ellas”. Aquí es determinante el rol que asuma la comunidad cristiana en general para que podamos vivir en el mundo de la comunicación según los criterios de la dignidad de la persona humana y del bien común.

Francisco nos plantea que el desafío de hoy “es, por tanto, *volver a aprender a narrar*, no simplemente a producir y consumir información. Esta es la dirección hacia la que nos empujan los potentes y valiosos medios de la comunicación contemporánea. La información es importante pero no basta, porque a menudo simplifica, contrapone las diferencias y las visiones distintas, invitando a ponerse de una u otra parte, en lugar de favorecer una visión de conjunto”.

La visibilidad de una problemática social como la inseguridad, las adicciones, la violencia doméstica, la desnutrición... permite reconocer que esas realidades existen y que requieren de nuestro compromiso.

En ocasión del Tercer Congreso de Comunicadores Católicos, el por entonces cardenal Jorge Bergoglio se refería al desafío de la comunicación como “una invitación al diálogo y a la “inculturación del Evangelio”, ya que a través de los profesionales y de la tecnología se puede llegar muy lejos “y muy adentro del corazón humano” (Bergoglio, 2002). Por este motivo, también aseguraba en aquella oportunidad que el poder de los medios radica en la capacidad de acercarse o alejarse de la vida de las personas, y que en el ejercicio de los medios hay una manera de aproximarse bien y otra de aproximarse mal.

“Así como a nivel ético, el modo de aproximarse bien es aproximarse para ayudar y no para lastimar, y a nivel de la verdad, aproximarse bien implica transmitir información veraz. A nivel estético, aproximarse bien es comunicar la integridad de una realidad de manera armónica y con claridad. Aproximarse mal, en cambio, es aproximarse con una estética desintegradora, que escamotea algunos aspectos del problema o que los manipula creando desarmonía, y que oscurece la realidad, la afea y la denigra. (...) El modo de hacerlo determinará el respeto por la dignidad humana” (Bergoglio, 2002)

La visibilidad que permiten los medios, no se traduce inmediata e indefectiblemente en cambios reales; pero sí puede facilitar, por un lado, la expresión de un reclamo que se potencia y adquiere mayor fuerza a través de la multiplicación mediática, y por el otro, la toma de conciencia acerca de la existencia de diversas realidades sociales y culturales. Tal como sostiene la investigadora, María Mata: “La comunicación se reconoce como fundante de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas” (Mata, 2012).

Históricamente, a través tanto de discusiones cotidianas de neófitos como de eruditos académicos, se ha analizado la influencia que ejercen de los medios de comunicación sobre la sociedad. Umberto Eco en su obra *Apocalípticos e Integrados* planteaba, de modo antinómico, las posturas asumidas frente a esta realidad difícil de analizar.

Sin pretender desviarnos del tema central, podemos recordar las diversas perspectivas. Por un lado, los apocalípticos argumentan que “la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la anticultura.” (Eco, 1968). Mientras que los integrados, con igual convicción, sostienen una idea optimista y contraria: “Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el *Reader’s Digest* ponen hoy en día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura <popular>.” (Eco, 1968)

También en el ámbito eclesial han existido estas dos miradas relativas a los medios. “No faltan posturas apocalípticas, pero la Iglesia ve el fenómeno de forma positiva”, señalaba Monseñor Enrique Planas, miembro del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales en 2002. Y recordaba la exhortación apostólica de Pablo VI, *Evangelii nuntiandi* en donde se afirmaba que la Iglesia se sentiría culpable si no hiciera uso de estos “medios de evangelización”.

Jesús Martín Barbero, que propone desplazar el análisis de los medios a las mediaciones, asumiendo la comunicación como un hecho cultural y no como un hecho de la cultura, asegura que “Lo masivo en esta sociedad no es un mecanismo aislable o un aspecto, sino una nueva forma de sociabilidad. De masa es el sistema educativo, las formas de representación y participación política, la organización de las prácticas religiosas, los modelos de consumo y los del uso del espacio” (Martín-Barbero, 1991).

María Cristina Mata, profesora e investigadora de la Universidad Nacional de Córdoba de Argentina, coincide con Martín Barbero, en que la realidad actual,

signada por la globalización y el uso de las nuevas tecnologías, obliga a repensar los modos de participación ciudadana. Mata asegura que se debe “re-pensar un modo de ser en un mundo ampliado” (Mata, 2012) donde la desterritorialización de procesos productivos, los procesos migratorios y las interacciones mundiales en términos de negocio y entretenimiento determinan nuevas formas de vinculación y de participación.

Por su parte, en torno a la función socializadora de las nuevas tecnologías, Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat en su libro *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción* afirman que “Internet no es la causa sino un resultado de la transformación del sujeto humano, la proyección de un nuevo tipo de conocimiento que, a su vez, implica el surgimiento de un nuevo ciudadano” (Fontcuberta, 2006)

En esta misma línea, se ubica el relato que Michel Serres realiza en su libro *Pulgarcita*. Allí, cuenta que en la época del emperador Dominiciano, el obispo Denis fue encarcelado, torturado y decapitado por el ejército romano en la cima de la colina que luego se llamaría Montmartre. Su cabeza rodó cuesta abajo, pero Denis la levantó, la lavó y manteniéndola en sus manos, siguió su camino. El autor recurre a esta analogía para referirse a los niños de hoy a quienes llama pulgarcitos, por la habilidad desarrollada para escribir con los pulgares en sus teléfonos celulares. Serres concluye que “nuestra cabeza inteligente salió de nuestra cabeza ósea y neuronal” ya que los diversos dispositivos tecnológicos “contienen y hacen funcionar la que antes llamábamos <facultades>” (Serres, 2012)

Como vemos, ya en el siglo XXI y aún sin abandonar totalmente las visiones antagónicas, los estudiosos coinciden en reconocerle a los medios de comunicación una influencia significativa sobre la sociedad. Entre las más destacadas, se pueden mencionar:

- que desarrollan una función socializadora de pautas de comportamiento que tiene como destinatarios a receptores de todas las edades, condiciones socio-económicas y culturales;
 - que se han constituido en un espacio de ejercicio de la ciudadanía;
 - que son contenedores de un tipo de saber que los convierte en agentes educativos, y finalmente,
 - que tienen un protagonismo importante en la gestión del ocio de las personas.
- (Fontcuberta, 2006)

A partir del reconocimiento de estas influencias, es frecuente analizar la problemática surgida como consecuencia de la convivencia de generaciones criadas en mundos tecnológicos muy diferentes. Bajo la expresión *nativos digitales*, se hace referencia a quienes han nacido y se han criado con la red, mientras que a aquellas personas nacidas antes de la década de los 80 del siglo XX, se las denomina *inmigrantes digitales*.

Esta brecha generacional en torno a la tecnología, sin embargo, no parece ser la única ni la más preocupante. Aún entre quienes nacieron a fines del siglo pasado, existe una clara diferenciación según tengan o no acceso al uso de las denominadas TICs.

Si se analiza esta exclusión tecnológica desde la perspectiva educativa se advierten importantes diferencias entre quienes pueden utilizarla y quienes no tienen posibilidades. Jesús Martín Barbero señala que uno de los mayores retos del ecosistema comunicativo en el ámbito de la educación formal reside en planear una estrategia que permita enfrentar la disyuntiva que genera división y exclusión social. “Pues mientras que los hijos de las clases pudientes entran en interacción con el

ecosistema informacional y comunicativo desde el computador y los videojuegos que encuentran en su propio hogar, los hijos de las clases populares - cuyas escuelas públicas no tienen, en su inmensa mayoría, la más mínima interacción con el entorno informático, siendo que para ellos la escuela es el espacio decisivo de acceso a las nuevas formas de conocimiento- están quedando excluidos del nuevo espacio laboral y profesional que la actual cultura tecnológica ya prefigura.” (Martín-Barbero, 2002)

“La tecnología nunca es neutral (...) siempre confiere poder a alguien. Da poder a los que la poseen, a los que la utilizan y a los que tienen acceso a ella” (Landow, 1995)” (Albarelo, 2011)

A partir de lo expuesto podemos concluir que estamos frente a una realidad nueva e inevitable, por lo tanto desde la comunicación resta aprender a interpretarla para aprovechar todas sus posibilidades. Martín Barbero asegura que para alcanzar este objetivo serán necesarias tres tipos de competencias, que implican a su vez desafíos socioculturales:

- competencias históricas, habrán de recuperarse para la gente joven los nexos entre tecnologías, formatos, narrativas, géneros aún desde las nuevas estructuras
- competencias lógico-simbólicas, para aprovechar en sus posibilidades lo que hoy plantean las nuevas tecnologías, ya que nunca estuvieron tan próximas la experimentación científica y la experimentación estética.
- competencias estéticas, capaces de modificar el sesgo mercantil, chato, de muchos de los desarrollos del mundo audiovisual de nuestras sociedades.

El desarrollo tecnológico y su potencialidad permiten nuevos lazos sociales, sin la presencia física ligada al carisma del líder. La red es otro modo de relación social. “No hay que poner a la tecnología como la clave del nuevo lazo social, sino los nuevos modos de relación entre las nuevas experiencias de lo ciudadano y las nuevas experiencias de la puesta en común, de los modos de comunicarnos”, sentencia Martín Barbero.

Históricamente, los educadores han tenido la responsabilidad de formar ciudadanos con visión de futuro. Hoy además, es necesario que los profesionales de mañana estén dotados para comunicarse a través de una multiplicidad de lenguajes y saberes, entonces, necesitamos que “aprender a leer signifique aprender a distinguir, a discriminar, a valorar, a escoger dónde y cómo se fortalecen los prejuicios o renuevan las concepciones” (Martín Barbero, 2002) sobre distintos temas.

En el contexto actual, en el que los medios de comunicación son transformadores socioculturales, es una problemática ineludible de los comunicadores católicos, trabajar para humanizarlos y convertirlos en verdaderas redes sociales, basándose en la difusión del bien común y en la visibilidad del prójimo. “Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías (...) demandan no es tanto ser representados sino reconocidos: hacerse visibles socialmente, en su diferencia” (Martín Barbero, J., 2000)

La comunicación tiene ante sí una enorme posibilidad, que debería asumir con igual responsabilidad para permitir la visibilidad de todos los hombres y mujeres, aún de aquellos que el Estado y la sociedad en general, muchas veces ignoran.

El rol que ejerzan los futuros profesionales, especialmente del área de la comunicación, que hoy se están formando en la universidad, será determinante. Deberán ocupar “espacios de participación en la sociedad civil para la vigencia de la democracia, una verdadera economía social, y un desarrollo integral, solidario y

sustentable” (V° Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, 2007, p.185).

Es una tarea indelegable de los comunicadores católicos, poder alcanzar las periferias existenciales porque “la expresión de la verdad puede ser multiforme, y la renovación de las formas de expresión se hace necesaria para transmitir al hombre de hoy el mensaje evangélico en su inmutable significado” (Francisco, 2014, p.36).

5. Bibliografía:

- Albarello, F. (2011). *Leer/Navegar en Internet. Las formas de lectura en la computadora*. Buenos Aires: La Crujía.
- Bergoglio, J. (10 de agosto de 2002) “Comunicador: ¿quién es tu prójimo?” Exposición en el Tercer Congreso de Comunicadores: Buenos Aires
- Champagne, P. (21 de Agosto de 2000). "*La Visión Mediática*". Obtenido de Universidad Nacional de Quilmes:
<http://www.nombreflaso.com.ar/index.php?pag=86>
- Consejo Episcopal Latinoamericano (2007) Aparecida Documento Conclusivo – V° Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. Buenos Aires: Conferencia Episcopal Argentina- Oficina del Libro
- Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia (2004) Recuperado el 1 de noviembre de 2014 de
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_sp.html
- Díaz Larrañaga, N. (24 de Julio de 2014). Epistemología y Trayectos Teóricos Comunicacionales. *Universidad Nacional de Quilmes*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <https://posgrado.uvq.edu.ar/course/view.php?id=1042>
- Díaz Larrañaga, N. (4 de Julio de 2014).
<https://posgrado.uvq.edu.ar/course/view.php?id=1042>. Recuperado el 4 de Julio de 2014, de Universidad Virtual de Quilmes:
<https://posgrado.uvq.edu.ar/course/view.php?id=1042>
- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Lumen - Fábula.
- Errázuriz Ossa, F. (15 de Febrero de 2005) “Los Medios de Comunicación Social: sus Libertades, y su Compromiso con la Verdad y la Dignidad de la Persona”. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de CELAM:
www.celam.org/documentacion/143.doc
- Follari, R. (4 de Septiembre de 2005). "*La moldura en el espejo: encrucijadas epistemológicas de las ciencias de la comunicación*". Obtenido de Portal de la Comunicación.: <http://www.portalcomunicacion.com/both/aab.txt/follari.2.pdf>
- Follari, R. (Septiembre de 2005). *Portal de Comunicación*. Obtenido de "La moldura en el espejo: encrucijadas epistemológicas de las ciencias de la comunicación": <http://www.portalcomunicacion.com/both/aab.txt/follari.2.pdf>
- Fontcuberta, M. y. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

- Francisco. (20 de Mayo de 2014). *48° Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. La Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro*. Obtenido de Vaticano:
http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html
- Francisco. (23 de Enero de 2015). *49° Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. "Comunicar la familia: ambiente privilegiado del encuentro en la gratuidad del amor"*. Obtenido de Vaticano:
https://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco_20150123_messaggio-comunicazioni-sociali.html
- Francisco. (2014). *Exhortación Apostólica Evangelii Gaudium*. Buenos Aires: Conferencia Episcopal Argentina.
- HUGHES, J. y. (1999). *La filosofía de la investigación social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lull, J. (2009). *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Marató, J. d. (2004). *La Comunicación Social en la era de la Globalización*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2014, de Pensar Iberoamérica Revista Cultural: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric05a05.htm>
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Cultura, comunicación y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Martín-Barbero, J. (2000). Transformaciones Comunicativas y Tecnológicas de lo Público.[en línea] Recuperado el 3 de Septiembre de 2014, de Infoamerica: http://www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc
- Martín-Barbero, J. (25 de Octubre de 2014). Comunicación y Subjetividades en América Latina. (M. Barreiro, Entrevistador)
- Martín-Barbero, J. (Febrero de 2002). *Jóvenes: comunicación e identidad*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2014, de Pensar Iberoamericana Revista Cultural. Organización de Estados Iberoamericanos:
<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- Mata, M. (2012). *Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación*. Recuperado el 28 de Agosto de 2014, de Diálogos de la Comunicación: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/64-revista-dialogos-comunicacion-ciudadania-y-poder.pdf>
- Mata, M. (2012). *De la la presencia a la exclusión - La obliteración del conflicto y el poder en la escena mediática*. Obtenido de Diálogos de la Comunicación: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/59-60-revista-dialogos-La-ciudadania-en-tiempos-autoritarios.pdf>
- Ramírez Lamus, S. (1996). *Culturas, Tecnologías y Sensibilidades Juveniles*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2014, de Trayectos Culturales:
http://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_4_9_culturas.pdf
- Serres, M. (2012). Pulgarcita. En M. Serres, *Pulgarcita* (pág. 39). Medellín: Fondo de Cultura Económica.

- Vizer, E. (2006). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Wallerstein, I. (2001). *Conocer el mundo, saber el mundo: el fin de lo aprendido*. Buenos Aires: Ediciones Siglo XXI.
- Wolton, D. (1999). *La Comunicación en el centro de la modernidad: un debate teórico fundamental*. Barcelona: Gedisa.

6. Nombre y apellido de todos los autores:

Mariana Barreiro

7. Datos de contacto de al menos un autor:

barreiro@usi.edu.ar

Av. del Libertador 17115

“Universidad de San Isidro Dr. Plácido Marín”