

Comunicación popular, alternativa y modos de agenciamiento juvenil: el proyecto de revista Superficie, “otra comunicación en Misiones”

Autor: Alexis Pedro Rasftopolo¹

alexispedrorasftopolo@gmail.com

Eje temático: Producción de medios alternativos y participación social.

Resumen

En la presente ponencia, nos proponemos analizar las acciones impulsadas por los jóvenes integrantes y hacedores de la revista *Superficie* de la ciudad de Posadas, provincia de Misiones en tanto proyecto de comunicación alternativa, por medio de la cual se intenta proponer, en palabras de los protagonistas, “*otra comunicación en Misiones*”. En términos generales, nuestro abordaje se constituye desde aportes de la teoría social, más concretamente, desde la teoría de la estructuración del sociólogo Anthony Giddens (1995), como así también, a partir de las teorizaciones formuladas por la cientista social Margaret Archer (1997); ambas propuestas teóricas, enmarcadas dentro de la compleja vertiente de las teorías accionalistas –pero no circunscriptas específicamente a dicha perspectiva-. Creemos que los planteos de ambos autores nos permitirán abordar las actividades y la potencia del proyecto impulsado por los integrantes de *Superficie*, pensándolo en términos de la *agencia* (Giddens) o del nivel de *interacción sociocultural* (Archer), imbricándolo, en concomitancia, en un plano más amplio, “sistémico”; es decir, considerando el “sistema social” en términos de Giddens o el “sistema cultural”, en términos de Archer; intentando dar cuenta, de algún modo, de la dinámica de los procesos

¹ Lic. en Comunicación Social (FHCS-UNaM). Doctorando en Comunicación Social (ECI-UNC). Becario Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS-CONICET-UNC).

de “estructuración” e interrelación entre las dimensiones subjetiva y objetiva de lo social, las variaciones (*morfogénesis*) y/o continuidades (*morfoestasis*) y los sentidos implicados en la dinámica social en la que se inscribe y repercuten las prácticas impulsadas por los actores sociales aludidos. Seguidamente, y en vinculación con lo expuesto, se intentará abordar y pensar la noción de comunicación, a partir de planteos de autores como Uranga (2011; 2012); Mata (2002), Moragas (2011), y, también, valernos de las experiencias y teorizaciones que pone en común, por ejemplo, la Cooperativa de Trabajo Lavaca (2006).

En decir, partimos de considerar la propuesta de *Superficie*, en tanto medio de comunicación contrahegemónico, y, por ende, proclive a una práctica comunicacional ética, ideológica y políticamente comprometida y contrapuesta a las agendas y sentidos que promueven gran parte de las empresas periodísticas, en la provincia de Misiones. De allí que recurrir a algunos de los aportes de los autores referenciados se hace menester. Periódicamente, los hacedores de *Superficie*, realizan investigaciones, y acompañan los procesos sociales que generalmente los medios de comunicación convencionales tienden a omitir o tergiversar: las situaciones de exclusión y avasallamiento que padecen amplios sectores en la provincia; las comunidades indígenas, las cuestiones socioambientales con la producción de pasta celulosa, la deforestación, o los desplazamientos poblacionales y otros efectos perniciosos que producen las presas hidroeléctricas. Por otro lado, también, se proponen evocar, mediante ensayos o trabajos monográficos de colaboradores que se suman al proyecto, sucesos que la historia oficial soslaya o personajes también olvidados de otrora y de ahora.

En base entonces a lo someramente señalado, el proyecto comunicacional que proponen los hacedores de *Superficie* parecería ir, sigilosamente, concretando la difícil hazaña de construir “*otra comunicación en Misiones*”.

Y, en efecto, una de las metas que nos proponemos, mediante nuestra ponencia, es poder pensar este tipo de procesos y, en yuxtaposición, plantearnos algunos interrogantes: ¿cuáles son los alcances y los límites de este tipo de iniciativas?; ¿qué importancia van cobrando en el marco del contexto histórico-político, no solamente a nivel provincial?; ¿qué dificultades se les presentan cotidianamente a los responsables de dicho proyecto comunicativo?; ¿Qué sentidos, valores y matrices de pensamiento pueden vislumbrarse en dicho proyecto?; ¿Cuáles son las disputas y los sentidos que están en juego?

Palabras clave: Comunicación alternativa, participación, política, cultura

Primeras líneas

Por fuera de las ensordecedoras propaladoras de las empresas periodísticas que, a través de una lógica de homogeneización informativa, y de lo Bourdieu (1997) llamó “*circulación circular de la información*”, des-informan con su redundancia, banalización y espectacularización, la realidad, por fortuna, se nos presenta siempre desmesurada e imprevisible. Pero también complejísima y harto problemática, nos exhorta, en tanto sujetos históricos, a tratar de problematizarla, y de hacerla aparecer en toda su espesura, y con las vicisitudes que la componen y atraviesan.

En este sentido, y a modo de ir adentrándonos al abordaje que queremos compartir aquí, resulta de interés evocar las apreciaciones de Joseph Pulitzer, editor y periodista húngaro-estadounidense, quien, a inicios del siglo pasado, se refería del siguiente modo respecto del oficio periodístico:

“La misión del periodista de investigación, del escritor político, no es otra que la de trazar con sus palabras una rendija en la vida de los dirigentes y desde allí, junto al lector,

ponerse a husmear y a controlar; despojar a los líderes de su poder, aunque más no sea fugazmente, y de tal modo humanizarlos. Ayudarlos, en fin, a recobrar su mortalidad, que también es la nuestra” (Pulitzer, J; en López Echagüe, 1996: 11).

En efecto, vamos a intentar dar cuenta de un proyecto de comunicación autogestivo, vinculado al oficio de un periodismo comprometido; proclive a una manera de pensar y hacer comunicación entendida como un derecho social y como “*vehículo y sostén de la transformación*” (Uranga: 2012), en suma, que se torna más necesaria que nunca en nuestros tiempos actuales.

Hay que señalar empero, por más que sea obvio, que estos, los nuestros, no son los tiempos en los que Pulitzer exteriorizaba tales cavilaciones. Hoy experimentamos una suerte de diseminación respecto de los mecanismos de poder que actúan constantemente en los procesos sociales; una suerte de “*deslocalización*” del poder, siguiendo a Gacia Canclini, “... *es decir la imposibilidad práctica para ubicar de donde provienen las decisiones, los programas, y propuestas, que afectan la vida de grandes mayorías...*” (García Canclini: 2001, en Reguillo: 2007).

Por tanto, entonces, frente a un poder político, en términos generales, cada vez más devaluado y al servicio mayormente de lógicas economicistas, habría que añadir otras esferas desde las cuales se configuran los mecanismos propios de los procesos hegemónicos: el poder económico-financiero de las entidades bancarias y organismos multilaterales de crédito, el poder de las empresas transnacionales, y, también, claro, el poder de los grupos concentrados de comunicación.

Con todo, en una sociedad cada vez más excluyente, y pese a ciertos esfuerzos por contrarrestar los efectos perniciosos de un *capitalismo flexible*, como lo ha llamado el sociólogo Richard Sennett (2000), la construcción de nuevos lazos sociales, la elucubración de posibilidades de organización en distintos frentes y de proyectos participativos de talante contrahegemónico se hacen más que necesarios.

Y es aquí, es este panorama, en el que proyectos como revista *Superficie* cobran especial importancia.

Un inicio, revista *Superficie*

El proyecto de la revista *Superficie* empezó a caminar un 24 de marzo de 2008. Sus integrantes fundadores son jóvenes² comunicadores sociales, diseñadores, e investigadores quienes, en el transcurrir del tiempo y de los procesos que se fueron suscitando, comenzaron a cobrar reconocimiento en el campo periodístico en la ciudad de Posadas, al tiempo de recibir colaboración por parte de otras personas y grupos que compartían y comparten, de alguna manera, la concepción *política de comunicación* (Mata: 2011, en Uranga: 2011) que este emprendimiento materializa.

Compartiendo información y contenidos sobre determinados hechos soslayados que ocurrían y ocurren en la provincia de Misiones a través de su dominio en la web, y en su versión impresa, *Superficie* puede deber su nombre al compromiso asumido de evocar y hacer explícito en la “agenda” aspectos y hechos sociales diversos (violencia policial, el avasallamiento a los derechos y las condiciones de vida de las comunidades aborígenes, complicidades cívicas durante los procesos de dictadura en la provincia, los efectos perniciosos a nivel socio-ambiental ligadas a presas hidroeléctricas, los agrotóxicos o la producción de pasta celulosa, cuestiones sobre racismo, o feminismo, etc.), que, por determinados motivos, entre ellos seguramente ideológicos, políticos y económicos, son omitidos por las empresas periodísticas, y que los hacedores de dicho medio ponen de manifiesto, investigan, acompañan y difunden.

² La categoría de juventud merecería toda una extensión aparte. Nos remitimos a señalar solamente que nuestra concepción respecto a dicha categoría, por cierto, difícil de aprehender, sigue algunas líneas analítico-conceptuales trabajadas por Margulis (2009); Chavez (2010); Natanson (2012), o Saintout (2010), entre otros y otras autores y autoras.

La continuidad en el abordaje de los temas soslayados ha sido y es, de alguna manera, lo que caracteriza a este “*medio social de comunicación*” (Lavaca: 2006), que nos descubre los muchos aspectos problemáticos y complejos que se desatan en Misiones y que, habitualmente, determinados sectores, entre ellos el gobierno provincial del Frente Renovador, pasa por alto, o des-atende.

Por lo mencionado, *Superficie* se ha venido posicionando como un medio de referencia para propiciar otros modos de ver y pensar parte de la realidad diaria misionera, llevando, implícita y explícitamente a repensar, al mismo tiempo, sobre la *verdad* en tanto construcción que se da, en este caso, a través de relatos e imágenes. En suma, este posicionamiento que denota, como mencionamos, una determinada postura ético-política por parte de *Superficie*, en muchos casos contrapuesta a las lógicas de otros medios y sectores, es el que vendría a abonar ese intento de generar “*otra comunicación en Misiones*” que los “*sujetos actuantes*” (siguiendo la expresión de Giddens) aludidos proponen.

*“Entendemos [dicen los integrantes de Superficie] que el periodismo es una herramienta para transformar la realidad, no solamente denunciando situaciones de injusticia y “dando voz” a sectores sociales marginados, sino también planteando posibles salidas a los problemas que los aquejan. Desde su gestación, revista superficie se brinda y camina junto a los campesinos sin tierra de Misiones, las familias empobrecidas asentadas en las villas miseria de nuestras ciudades, los vecinos auto-convocados, los afectados por represas, las organizaciones sociales, ambientales, indígenas, de Derechos Humanos. En fin, junto a los que luchan y contribuyen, desde su lugar, a una realidad más digna”*³

Ahora bien, ¿en qué condiciones espacio-temporales los “*agentes*” (Giddens: 1995), a quienes hacemos referencia, vienen poniendo de manifiesto su capacidad de acción?

³ Así se presentan los integrantes de la revista en la sección “¿*Quiénes somos?*” de su sitio web: http://www.revistasuperficie.com.ar/index.php?option=com_content&view=category&id=24&Itemid=14 El agregado entre corchetes es nuestro [Último acceso 30 de abril de 2013].

Superficie y su propuesta contrahegemónica, visto desde un contexto más general

La pregunta precedente resulta de importancia, pues, inexorablemente, nos remite a la urdimbre dinámica, conflictiva y cambiante de lo histórico-social donde la propuesta de los integrantes de *Superficie* cobra sentido. En vinculación con esto, digamos de inmediato -y como para traer a colación determinados conceptos del campo de la teoría social-, que la noción de “*sistema(s)*” en Giddens vendría a aludir, de buenas a primeras, a ese espacio societal dinámico –el nuestro- que se ha venido gestando y reproduciendo a lo largo del tiempo a través del “*orden virtual*” propiciado por las estructuras, o mejor, por las “*propiedades estructurales*” y sus “*huellas mnémicas*” que orientan la conducta de los “*agentes humanos*” (Giddens: 1995).

Concretamente, el autor define el *sistema* como el conjunto de “...*relaciones reproducidas entre actores o colectividades, organizadas como prácticas sociales regulares...*” (Giddens, Op cit: 61).

Ahora bien, como ha explicado este sociólogo, la distinción entre “*agencia*” y “*estructura*” es solamente a los fines analíticos pues, de igual manera que en la “*dualidad analítica*” entre el *Sistema Cultural* (SIC) y el *Sistema Sociocultural* (S-C) sostenido por Archer en su obra, la estructura no es externa al sujeto, sino que este contiene a aquella y la actualiza a través de la *recursividad de la acción*. En el caso de Archer y sus cavilaciones respecto a la dinámica cultural sucede lo mismo: los *agentes* (S-C) son los productores de *cultura* (SIC) pero, a medida que se van desarrollando y desplegando los procesos sociales con sus tensiones, conflictos, continuidades y disputas, a lo largo del tiempo, la desmesura del *Sistema Cultural* es incontenible y pasa a formar parte de lo que la autora, siguiendo a Popper ha llamado el *Mundo 3* (Archer: 1997:

15); es decir, el mundo de las ideas, la dimensión del conocimiento que se va densificando y acumulando y que muta, modificando a las sociedades y a los sujetos.

Pero volvamos a Giddens un momento, de manera de poder señalar ahora que, con la noción de *estructura*, el autor alude a “...*reglas y recursos, o conjuntos de relaciones de transformación que se organizan como propiedades de sistemas sociales...*” (Giddens: 1995). Pues bien, si la estructura no es externa al sujeto pero, en la dinámica temporal en la que se producen y reproducen las prácticas, éstas se actualizan, materializan, e institucionalizan, configurando el sistema social, quedaría señalado en yuxtaposición que, al tiempo que las reglas determinan, normativizan, constriñen, también marcan condiciones de posibilidad en tanto que, en cuanto agentes, los sujetos poseen capacidad de acción,

“...Esto presupone que ser un agente es ser capaz de desplegar (repetidamente, en el fluir de la vida diaria) un espectro de poderes causales, incluido el poder de influir sobre el desplegado por otros. Una acción nace de la aptitud del individuo para producir una diferencia, en un estado de cosas o curso de procesos preexistentes. Un agente deja de ser tal si pierde la aptitud de producir una diferencia, o sea, de ejercer alguna clase de poder...” (Giddens, Op cit: 51).

En relación a esto, entonces, valiéndose de los *recursos* y de su *capacidad de conocimiento y acción*, los *hacedores de Superficie* representan y concretan, a través del medio que motorizan y ponen a disposición de la sociedad, un aporte y una posibilidad de conocer otras realidades, de asomarse a otros hechos muy complejos pero, ciertamente, solapados por otros grupos, sectores o medios de comunicación, por cuestiones ideológicas, políticas, económicas, coyunturales, entre otros factores.

En este marco, entonces, es importante recalcar que *Superficie* propone otra agenda y otro modo de aproximarse y de dar cuenta de la realidad. Así, si se compara, en términos de contenidos, pero también de estilo, de formato y de estética, el proyecto periodístico aquí aludido, difiere en las propuestas, pongamos por caso, de los principales medios gráficos y digitales de la ciudad y de la provincia.

Por otra parte, podríamos señalar que el proyecto de comunicación aquí analizado se inscribiría dentro de lo que Arsenault y Castells han llamado “*medio de autocomunicación de masas*”,

“...que tiene lugar en una red global de redes horizontales de comunicación que incluye el intercambio multimodal de mensajes interactivos y documentos de varios-a-varios en un tiempo específico. Se trata de comunicación de masas porque alcanza una audiencia potencialmente global. Pero es auto-comunicación porque los individuos generan potencialmente su propio contenido, eligen la plataforma para la emisión y juegan un rol activo en el proceso de recepción” (Arsenault y Castells: 2008)⁴.

Si bien se trata de un proyecto de comunicación periodística que evoca aspectos acuciantes y circunscriptos mayormente a determinada región geográfica (Misiones, y parte de la región), y que alude, como vimos, a determinados aspectos sociales, políticos, ideológicos y culturales que atañen más directamente a determinadas audiencias, o lectores, asimismo también, *Superficie* tiene llegada o posible recepción en distintos puntos, a través de las redes sociales, donde los responsables de este medio de comunicación también replican la información producida y entran en diálogo con otros internautas quienes al mismo tiempo comparten también sus propios pareceres, y contenidos, estableciendo un proceso de comunicación que, si bien se da a través de plataformas o redes de las cuales los sujetos implicados en las situaciones de

⁴ En relación a este punto, y pensando en los procesos de participación política que se vienen dando en el “*espacio público expandido*” (Reguillo: 2007), con una importante manifestación por parte de los y las jóvenes, no solamente a nivel país, véase Natanson (2012: 49 y ss.).

comunicación no son propietarios, pueden, y de hecho lo hacen, hacer un uso autónomo de las redes, produciendo y compartiendo sus propios mensajes y producciones.

En este complejo contexto de acción, es cierto, como sostienen Arsenault y Castells, que “*el capital ha tomado dimensiones de globales*” y que, más allá de esto, “*las identidades son locales*”. En el caso de *Superficie*, lo que se puede destacar respecto de la apreciación que hacen estos autores, es que los contenidos que ellos producen y elaboran a partir de un contacto cotidiano con la realidad son, como sostuvimos, principalmente locales.

En otro orden, se hace pertinente destacar también que, si bien es intención de los integrantes de *Superficie* generar una cooperativa de trabajo a partir de este proyecto y poder vivir de esta iniciativa, en concreto, lo principal de dicha propuesta es que, en contraposición a lo que sucede con la mayoría de las empresas periodísticas, no pretende obtener plusvalía a través de un lucro con la información, que es a la vez “*materia prima y producto*” (Castells: 1995).

En vinculación con esto, cabe señalar, parece indudable que el proceso de mercantilización de la cultura, ya abordado por los críticos de Frankfurt, comprende a diversas esferas e iniciativas, lo que se ve en ejemplos como el que venimos abordando. Empero, valga mencionar que en el caso estudiado (y en proyectos análogos, que podrían ser rotulados como medios alternativos, o medios sociales de comunicación), se coloca, en primera instancia, al valor social, político y cultural de la información y el conocimiento, a través de la labor comunicacional.

Neoliberalismo e informacionalismo

Ahora bien, a propósito de los procesos comunicacionales –como los que aquí analizamos- propiciados en parte por la incidencia social de las tecnologías, parecería ser un dato cotidiano insoslayable la cuestión de los usos y la presencia de estas distintas tecnologías de información y comunicación. No obstante, y como bien lo señala Castells (Castells: 1995) en otro trabajo, la irrupción de lo que él llama el “*paradigma informacional*” ha sido posible a partir de una serie de procesos de largo alcance y complejidad que conllevaron crisis, avances y cambios diversos en materia económica, política, ideológica y cultural, todo lo cual ha sido plasmado, entre otros frentes, en proyectos científico-técnicos, y que implicó e implica acciones gubernamentales y empresariales, y que fue teniendo y tiene, en nuestros días, una repercusión en las distintas esferas de la vida; incidiendo en los modos de experimentación del espacio, del tiempo, en las relaciones sociales y con el entorno; en los procesos productivos (Zallo: 1988), económicos, políticos, (Schlesinger: 2011), y los disímiles intereses en juego. Como ha sostenido Castells (Castells: 1995) y como lo dejó bien en claro el economista Claudio Katz (Katz: 1998), este tipo de procesos de cambios de largo alcance no son ajenos, reiteramos, a los aspectos político-económicos. De hecho, en este orden de cosas emergente, el paradigma neoliberal y las medidas impulsadas en ese plano serán decisivos para dar lugar a las medidas de desregulación del estado y la consecuente flexibilización de las fuerzas productivas, todo lo cual sirvió de piedra de toque para el avance acelerado de la internacionalización y liberalización de la economía y del capital.

Según Castells, la información pasa a tener un rol central en estos procesos y el conocimiento se vuelve capital en este plano, dando lugar a una serie de invenciones, desde mediados del siglo pasado en adelante. La red de redes es hija de estos avances.

Apreciaciones insoslayables

Katz, citado más arriba, sostiene que, en contraposición a la tesis del Castells del primer tomo de la *Era de la Información*, la *información*, valga la redundancia, no vendría a ser la piedra angular del *Zeitgeist* de una era determinada, sino el vástago de un proceso mayor, de diversas implicancias, que se enmarcan dentro del sistema económico-político que termina de cobrar carácter global luego del periodo del estado benefactor: el capitalismo en su fase neoliberal o “*capitalismo flexible*”, como ya hemos visto que lo caracteriza Sennett .

La información vendría entonces a ser lo que el ferrocarril para el siglo XIX e inicios del XX, o la máquina a vapor en la Europa del XVIII.

Sin perder entonces de vista este marco general, el caso particular que nos ocupa, nos lleva a pensar nuevamente en la producción y el trabajo con la información, primero como bien cultural, pero también como materia prima y como bien que posee valor económico.

En el plano del trabajo periodístico que traemos como ejemplo, *Superficie* pretende salirse de lo que Bourdieu (1997), como ya hemos visto, ha caracterizado como “*circulación circular de la información*”, esa suerte de uniformización de la información, donde, en el afán de obtener la primicia y mantener siempre supuestamente informada a la audiencia, se cae en una suerte de “*fundamentalismo de la noticia*”, que no permite en realidad profundizar en los hechos que se presentan, y donde en realidad, se buscaría el sensacionalismo, el “*pensamiento rápido*” y de soslayo, bajo la presión de las empresas, los publicistas y los propietarios de los medios.

Bourdieu se centra en el análisis de la televisión, pero su análisis vale también para otros medios. La lógica monotemática y la autocensura, en efecto, siguen operando en el

proceso informativo de las empresas periodísticas. No hay más que ver los principales diarios misioneros, o escuchar las emisoras radiales, o el telediario del multimedios que depende del estado de la provincia de Misiones⁵.

En clara propuesta contrahegemónica, *Superficie* se corre de esa monotonía, y se contrapone a la lógica homogeneizante que caracterizaría a la prensa local. De allí el reconocimiento, pero también las dificultades que vienen experimentando, en pos de lograr su trabajo cotidiano.

Hoy, la accesibilidad a la red de redes, la posibilidad de obtención de un dominio en la web, y el intercambio diverso de información propiciado por diversos usuarios ubicados en disímiles puntos del planeta permite una modificación paradigmática en los procesos comunicacionales *online* y *offline* (pues, al menos en el caso al que hacemos referencia, los hechos evocados, los aspectos tratados por los hacedores de *Superficie* tienen un anclaje en la realidad cotidiana, y es allí donde cobran sentido). Hay múltiples polos de emisión, de producción, que alimentan un flujo desmesurado de contenidos de distinto orden y tenor.

A modo de cierre

Entonces, en términos de ideas (la dimensión del Sistema Cultural –SIC- en Archer), es posible enmarcar la propuesta que materializa el proyecto de revista *Superficie*

⁵ Valga la comparación por ejemplo de los contenidos que proponen los principales diarios misioneros, con respecto a la “agenda” que puede hallarse, en oposición, en el sitio de *Superficie*. Puede consultarse a tal efecto los respectivos sitios del diario El Territorio www.territoriodigital.com, el matutino Primera Edición <http://www.primeraedicionweb.com.ar/> que sería el más crítico entre las empresas periodísticas; y el ultraoficialista MisionesOnline <http://www.misionesonline.net/> El sitio de Revista *Superficie*, aquí: www.revistasuperficie.com.ar [Últimos accesos 4 de mayo de 2013].

vinculándolo al plano de los esquemas de valores y matrices de pensamiento que se corresponden con la lógica del periodismo social (es decir no prioritariamente persiguiendo fines economicistas); autogestivo; donde se rescatan objetivos que también se hacen visibles en el proyecto de la Cooperativa de trabajo Lavaca⁶, por poner un ejemplo bien actual y conocido, entre muchísimos otros. Pero sin dudas también que ciertas ideas de vertiente popular que bregan por el rescate de la historia grande y del respeto a la condición humana, también resuenan en este proyecto. Sistema de ideas entonces que se imbrican y que repercuten en el plano sociocultural, cotidiano, como intentamos señalar.

Cada día, a cada instante, movimientos reivindicativos, proyectos colectivos y cooperativos, propuestas políticas diferentes, de algún modo vinculadas a las iniciativas como las de *Superficie*, intentan horadar el statu quo. Y, en cada grieta que se logre hacer, va a poder evidenciarse, seguramente, una modificación en el plano de las ideas (SIC), y, concomitantemente, una modificación en nuestras prácticas socioculturales cotidianas (S-C) (Archer: 1997).

Si como ha sostenido Castells el poder reside en nosotros, y no (solamente) fuera de nosotros, proyectos como el analizado, cobran importancia, en términos de lograr cierta *autonomía comunicativa*, a pesar de las apreciaciones de Katz (1998) respecto de la propiedad de los medios y el determinante económico.

No obstante, el intercambio a través de la red de redes ha venido propiciando modos de organización y formas de manifestación en distintos puntos del planeta que han tenido su correlato en las calles y en el espacio público de las ciudades, exhortando a una modificación de un estado de cosas pernicioso a los más elementales valores humanos.

⁶ Véase la magistral labor de comunicación social que impulsan los integrantes de esta cooperativa de trabajo en www.lavaca.org [Último acceso, 4 de mayo de 2013].

Los mismos valores que *Superficie*, mediante su hacer y desde su modesto lugar, intenta, con dificultades, materializar.

Bibliografía

Archer, M. (1997) *Cultura y teoría social*, Buenos Aires. Nueva Visión (Pp. 9-48; 137-361)

Arsenault, A y Castells, M. (2008) "The structure and dynamics of global multi-media business networks", en *International Journal of Communication*, vol. 2, University of Southern California, disponible en: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/298/189>

Bourdieu, P. (1997) *Sobre la televisión* Barcelona. Anagrama.

Castells, M.(1995) *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial. (Introducción y Capítulo 1).

Chavez, M. (2010) *Jóvenes, territorios y complicidades. Una antropología de la juventud urbana*. Buenos Aires. Espacio Editorial.

Echeverría, J. (2011) Reseña "Comunicación y poder" de Manuel Castells. *Espacio Abierto*, Vol. 20 N° 1. (pp. 197-201). Universidad de Zulia. Maracaibo, Venezuela.

Giddens, A. (1995) "Elementos de la teoría de la estructuración", en *La constitución de la sociedad*, Buenos Aires, Amorrortu (Pp. 39-75).

Katz, C. (1998), "El enredo de las redes", en *Voces y Culturas* N°14. Barcelona, (p. 123-140).

Lavaca (2006) *El fin del periodismo y otras buenas noticias. Los nuevos medios sociales de comunicación. Una hipótesis y una guía.* Buenos Aires. Lavaca editora.

López Echagüe, H (1996) *El otro. Una biografía política de Eduardo Duhalde.* Buenos Aires. Planeta (p. 11).

Margulis, Mario: (2009) *Sociología de la cultura. Conceptos y problemas.* Buenos Aires. Editorial Biblos

Mata, María C. (2002) “Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación”, en *Diálogos de la comunicación*, Felafacs, Lima, Nro. 54. (pp. 66-76).

Moragas, M. (2011) *Interpretar la comunicación.* Barcelona. Gedisa.

Natanson, J. (2012) *¿Por qué los jóvenes están volviendo a la política? De Los Indignados a La Cámpora.* Buenos Aires. Debate.

Reguillo, R. (2007) “Formas de saber. Narrativas y poderes diferenciales en el paisaje neoliberal” en Grimson, A. *Cultura y neoliberalismo* Bs. As.: CLACSO (pp 91-120).

Saintout, Florencia (Comp.) (2010): *Jóvenes argentinos: pensar lo político.* Buenos Aires. Prometeo.

Schlesinger, P. (2011) “Intelectuales y políticas culturales”, en Albornoz, Luis (Comp.), *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación,* Buenos Aires. Paidós. (p. 93-108).

Sennett, R. (2000) *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo.* Barcelona. Anagrama.

Uranga, Washington (2011). “Comunicación popular y derecho a la comunicación. Otros

escenarios, nuevos desafíos”. Disponible en:

http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/comp_2011.pdf [Último acceso: 4 de mayo 2013].

Uranga, Washington (2012). “Comunicación para la transformación social. Un itinerario para la acción” Disponible en:

http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/com_2012.pdf [Último acceso: 4 de mayo 2013].

Zallo, R. (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid. Akal.