



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

## **Maestría en Dirección de la Comunicación Institucional**

### **Título del Trabajo Final:**

Los procesos de comunicación y gestión cultural en la promoción y difusión de la danza folklórica en Argentina.

**Autor:** Silva Chávez, Carolina.

**Directora del Trabajo Final:** Ana Lucía Frega.

**Grado obtenido del Director:** Doctora Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

**Institución a la que pertenece:** Universidad Nacional de las Artes.

**Co-Directora del Trabajo Final:** Mg Monica Ortega.

**Grado obtenido de la Co-Directora:** MBA (UADE). Doctorando en Ciencias Políticas (UCA). Coordinadora de la Maestría en Dirección de la Comunicación Institucional (UADE).

**Cohorte CC034**

**Fecha de entrega** (19/10/2015)



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

## **Resumen**

En este trabajo se describe una investigación que explora la importancia del papel de la comunicación en la cadena de la producción cultural, a través de la gestión cultural en la proyección y promoción de la danza folklórica en Argentina. El estudio define el desarrollo de procesos tales como la cultura, la gestión cultural y comunicación dentro de la danza folklórica de Argentina y su difusión a través de los medios de comunicación. Para este proyecto se toma el Canal Encuentro para documentar la investigación. Este texto incluye un marco teórico en el que se analiza la presencia de la cultura, la gestión cultural y el papel de la comunicación la difusión de algunas danzas folklóricas de Argentina. El análisis del estudio se basó en cinco categorías de variados aspectos de comunicación para determinar si cumplen con la función de promover y difundir este arte. El valor de la comunicación como la base de los pilares de este artículo es fundamental, ya que afecta a los procesos formales de la inclusión de la danza en Argentina en las instituciones del arte y la cultura, y en los medios de comunicación, como, en este caso, el Canal Encuentro.

## **Abstract**

This paper describes a research, which explores the importance of the role of communication in the chain of cultural production, through cultural management in the projection and promotion of the folk dance in Argentina. The study defines the development of processes such as culture, cultural management and communication within the Argentina folk dance and its diffusion through the media. For this project, we took the Canal Encuentro to document our research. This text includes a theoretical framework in which we examine the presence of culture, its cultural management and the role of communication the diffusion of some folkloric



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

dances of Argentina. The analysis of the study was based on five categories of the communication frames to determine whether they comply with the function of promoting and disseminating this art. The value of communication as the foundation of the pillars of this article is obvious, since it affects the formal processes of inclusion of dance in Argentine in institutions of art and culture, and in the media such as, in this case, The Canal Encuentro.



## Índice

1. Objetivo General. ....	6
2. Objetivos Particulares. ....	6
3. Estado Actual del conocimiento. ....	7
3.1 Introducción.....	7
3.2 Estado del Arte. La Danza Folklórica en Argentina. ....	8
4. Marco Teórico. ....	10
4.1 Cultura.....	10
4.2 Gestión Cultural. ....	11
4.3 Gestión Cultural y Comunicación. ....	17
5. Marco metodológico.....	24
5.1 Fundamentación. ....	25
5.2 Población y Muestra.....	26
6. Desarrollo de la investigación. ....	27
6.1 Análisis Programas Canal Encuentro.....	27
6.1.1 Datos Generales Serie “En Danza”.....	27
6.1.2 Macrotexto comparativo de Serie “En Danza”. ....	35
6.2 Categorías de Análisis. Definiciones de Marcos de Comunicación, Cultura y Gestión Cultural. ....	36
6.2.1 Valor Interactivo (elementos del medio que fomentan la interactividad) 38	
6.2.2 Habilidades cognitivas que se desarrollan. ....	39



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

6.2.3 Promoción de valores Culturales predominantes.....	41
6.2.4 Estrategias de gestión de promoción, difusión y circulación. En función de la gestión cultural.....	43
6.2.5 Formas/estilos narrativos (condiciones de consumo y requisitos de producción).....	45
6.3 Programas culturales y folklóricos relacionados.....	48
7. Conclusión.....	51
8. Bibliografía.....	54



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

## 1. Objetivo General

Este trabajo apunta a analizar los procesos de gestión cultural y comunicación del programa *En Danza* que ha emitido el Canal Encuentro, que han favorecido a la proyección de la danza folklórica en el contexto cultural argentino desde el año 2012 hasta la actualidad.

## 2. Objetivos Particulares

Para alcanzar dicho objetivo general, se establecen los siguientes objetivos particulares:

- Investigar los procesos de comunicación (acciones, actividades y tácticas) que realiza el canal cultural en la preservación de la memoria cultural de la danza folklórica de diferentes regiones argentinas.
- Revisar las estrategias de comunicación y modelos de gestión del Canal Encuentro, para la construcción de un diálogo intercultural comprometido con la danza folklórica argentina.
- Conocer y analizar el proceso de gestión administrativa y de producción del Canal Encuentro y su programa *En Danza*, la creación de proyectos que representan la construcción del hecho dancístico.

### 3. Estado Actual del conocimiento

#### INTRODUCCIÓN

El estudio del fenómeno de danza híbrida dentro de marcos de gestión cultural y comunicación como sustento del desarrollo de la danza folklórica en Argentina sólo ha tenido lugar como fenómeno folklórico en el siglo XIX. En este texto se expondrán los aportes de los procesos comunicativos por parte de Medios de comunicación, específicamente un Canal de Televisión Cultural y Federal, Canal Encuentro, destinado a fomentar entre otras expresiones artísticas, la danza folklórica argentina. Se mostrarán los eslabones de producción cultural tales como: la investigación, la producción, la circulación y divulgación entre otros, de dicho arte en Argentina.

Para el propósito de este estudio, se explora el contexto en el cual la cultura es objeto de procesos de gestión cultural y comunicación, y entra a hacer parte de la grilla de programación en la televisión Argentina. Así mismo, se describe la significación de folklore argentino, y dentro de éste se ubica la danza folklórica y las expresiones que se asocian a las diferentes regiones del país. Dentro del panorama de la danza y sus distintas vertientes se toma una serie documental sobre cuatro danzas populares argentinas, emitida por el Canal Encuentro en el año 2012. Con estos antecedentes como contexto, se apoya el objeto de estudio. Como base preliminar se presentan el estado del arte del folklore en Argentina; los conceptos teóricos de gestión cultural y comunicación que sustentan el análisis; la descripción objetiva de los cuatro capítulos de la serie documental *En Danza*; una descripción analítica de categorías de la misma, y finalmente las conclusiones que arrojan las descripciones y sus comparativas.



El documento adquiere un carácter de revisión temática y de contenido, acerca de los procesos de comunicación en la gestión cultural y en la danza folklórica argentina. Los resultados que se esperan de esta investigación son de perfil analítico-descriptivos, en tanto se hace referencia a definiciones que delimitan el campo de la investigación, y la comprensión de las relaciones entre las variables objetos de este estudio.

### **3.2 Estado del arte. La danza folklórica en Argentina**

Para hablar de la cultura popular y folklórica debemos definir sus características primordiales. Según De Oro, Guadalupe (2008), la palabra “Folklore” formada por “folk”, que corresponde a lo popular y “lore” significó en la antigua Inglaterra las canciones de cuna tradicionales; más tarde esta tradición estaría constituida por todos los conocimientos del pueblo, es decir, por el saber popular. Esta tradición ha sido divulgada principalmente vía oral, que se transmite por medio de la palabra hablada y es la más común en los fenómenos folklóricos. La escrita se transmite a través de gráficos como lo son las partituras, los grabados, las fotografías entre otras, y finalmente la monumental es la que se muestra en obras físicas como los templos, las artesanías, los trajes y atributos etc. El término folklore fue utilizado por primera vez por el inglés William John Thoms; desde muy joven se interesó por los estudios de las antigüedades. Desde tiempos remotos, el hombre se ha preocupado por narrar, escribir las costumbres, sus ritos, sus fiestas, crónicas y tradiciones de sus pueblos.

Según Javier Ocampo en su texto “Música y folclor” la expresión cultural es indispensable para los investigadores de las ciencias sociales (Ocampo, López: 2002). Entre los aportes se encuentra el folklore, que por su naturaleza popular se

ve reflejado con el paso del tiempo y con éste toda la proyección colectiva. Como patrimonio del pueblo, ha sobrevivido con el campesino, reflejando siempre la voluntad de su gente.

El saber popular se ha descrito de muchas maneras y hasta ha habido comparaciones entre culturas alejadas en espacio y tiempo. Según Guadalupe de Oro (2008), las danzas como parte evolutiva del ser humano se han enriquecido hasta el punto de que la influencia de otras culturas, como por ejemplo la europea con la conquista española, trajo consigo sus propias corrientes coreográficas y la influencia de algunas manifestaciones inglesas y francesas. La contradanza que se bailaba en cada uno de estos países, ha contribuido a la construcción de nuevas formas de danzas tradicionales argentinas como el Pericón y la Media Caña, que surgieron y tuvieron vigencia durante el siglo XIX. Cuando se constituye el folklore realmente como ciencia en el siglo XIX, como regiones folklóricas, y se establece recién después de que nace la Nación en Argentina entre 1810 y 1816 surge esta vez como arquetipo de danza folklórica, que además es enseñable y que corresponde a un fenómeno del siglo XX.

Lo anterior se puede afirmar con lo siguiente: “Dentro del acervo folklórico de una nación figuran sus danzas tradicionales. Éstas no necesariamente son oriundas del país, si no que pueden haber llegado como una expresión cultural extranjera antes de arraigarse en el nuevo suelo, donde evolucionaron hacia estilos propios de la idiosincrasia local, según su cultura y sus regionalismos, hasta convertirse en puntales de la memoria colectiva de un pueblo y en soportes de su identidad.” (Guadalupe de Oro, 2008:6)

Por su parte, André Varagnac (1938) dice que “el *folklore* está constituido por las creencias colectivas sin doctrina y por las prácticas colectivas sin teoría”, en donde



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

el individuo se guía por las prácticas y la experiencia, por ello no solo es necesario saber la historia si no también lo que significa la palabra, ya que para una apreciación profunda del folklore, prácticas y creencias son fundamentales. (Guillermo Abadía Morales, 1983:19)

#### **4. Marco Teórico**

En este apartado, el propósito es acercarnos en primer lugar a la comprensión del concepto de cultura tan empleado en la actualidad, y para efectos de esta investigación, su implicación en la danza folklórica argentina. En segundo lugar se estudiará la estrecha relación de la cultura con los conceptos de gestión cultural y comunicación dentro de un contexto de promoción y difusión del patrimonio de la danza folklórica.

##### **4.1. Cultura**

El concepto de cultura es sin duda complejo desde el punto de vista de su formulación y de sus implicaciones, según la disciplina, contexto y época desde la cual quiera ser analizado. En este estudio se tomará este concepto desde la perspectiva y encuadre folklórico sostenido desde Coluccio, que a su vez toma a Tylor y Lowie en su definición. Así comenta:

Para Felix Coluccio (2006:252) “Cultura según Tylor, son las aptitudes y las costumbres adquiridas por el hombre en cuanto es miembro de una sociedad.

Lowie entiende por cultura a la suma total de lo que el individuo adquiere de su sociedad, es decir, aquellas creencias, costumbres, normas artísticas, hábitos



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

alimentarios y arte, que no son fruto de su propia actividad creadora, sino que recibe como un legado del pasado, mediante una educación regular o irregular”<sup>1</sup>

Para la autora la elección se fundamenta en que toma a Coluccio quien fue un especialista del folklore argentino, porque esta investigación está enmarcada en ese campo de la cultura.

#### **4.2. Gestión Cultural**

“El concepto de gestión cultural en los países iberoamericanos no sólo expresa un ánimo renovador o diferenciador, sino que produce consecuencias relevantes en la dimensión de cultura, el cual propone acciones para el rescate de lo popular y plantea un nexo indisoluble entre educación y cultura”. (De Zubiría Samper: 1998, 253)

En las décadas de los setenta y ochenta, se crean las primeras casas de cultura en Argentina con presupuesto propio, considerándose como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social; ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas, los valores, las tradiciones y las creencias”<sup>2</sup>. (UNESCO, 2001).

---

<sup>1</sup> TYLOR, Edwuard B. *La ciencia de la cultura* En COLUCCIO, Félix. *Diccionario Folklórico Argentino*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor, 2006, Pág. 252.

<sup>2</sup> UNESCO (2001) Declaración *Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. En: <http://portal.unesco.org/es/ev> (14/07/2015)



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

Desde ese momento se comienza a institucionalizar la política cultural; una definición clara la da, Néstor García Canclini (1987) en el texto *Políticas Culturales de América Latina*: “Entendemos por políticas culturales el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación, gestionada por técnicos (artistas o educadores) sin profesionalización ni experiencia.”<sup>3</sup> (Carballo, Alfredo, 2001)

Estas citas permiten verificar que se comienza entonces a destacar el sector privado como financiador y creador de servicios culturales a través del patrocinio y el mecenazgo, vistos éstos desde la gestión cultural, la cual contiene los aspectos afines con el cultivo de la mente humana, cumpliendo funciones tales como:

1. Fortalecer las interacciones sociales, los intercambios y diálogos que promuevan el respeto por la diferencia y la capacidad de convivir democráticamente.
2. Crear y consolidar procesos sociales que favorezcan la participación y la integración de los miembros de las comunidades en torno a intereses comunes que comparten.
3. Enriquecer la vida comunitaria, desarrollar en la gente la capacidad de organizar, decidir, planear, autogestionar, crear y recrear su vida presente y futura con base en acuerdos y propósitos colectivos.
4. Justificar las razones de existir de la comunidad, sin perder la identidad personal.

---

<sup>3</sup> Carballo, Alfredo (2001) “Gestión económica para el desarrollo de la cultura. La cultura como factor de crecimiento económico”. En: <http://www.lapaginadelprofe.cl/sociologia/Alfredo/acarballo.htm> ( 28/06/2015 y 05/07/2015)

La gestión cultural apunta entonces a la construcción de un modelo de desarrollo desde y para la comunidad:

“La expresión gestión cultural está ligada, por lo menos, a cuatro grandes transformaciones contemporáneas de la dimensión cultural:

1. La extensión de la noción de cultura por motivos filosóficos, sociales, políticos y jurídicos.
2. La crisis de las nociones de política y desarrollo a partir de la década de los setenta.
3. La necesidad de políticas culturales que gestionen ámbitos más allá de la cultura artística, la cultura tradicional y el patrimonio.
4. La aceptación e importancia de repensar rigurosamente las interrelaciones entre Economía y Cultura” (De Zubiría Samper: 1998,256)

Los conceptos anteriores sirven de marco introductorio de la concepción que hay tanto en Argentina como en Latinoamérica sobre el desarrollo progresivo de las sociedades, sus políticas y gestiones culturales.

Es pertinente recordar que Ulrich Beck (2008) plantea que, para poder ilustrar el sentido de comunidad hay que comenzar por reconocer la diversidad y la individualidad, elementos propios de las comunidades de nuestros tiempos. La vida global de nuestros tiempos dificulta cada vez más el significado de comunidad. El trabajo hace que los individuos se estén movilizándolo y esto dificulta el sentido de pertenencia y vinculación.

El reto que significa conformar comunidad implica derechos, pero a la vez deberes. Este es el equilibrio que se debe perseguir y depende del espíritu cooperativo de los individuos para lograrlo.

Analícemos ahora esta noción. La cultura como sistema puede explicarse por medio de dos componentes:



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

1. Cotidianidad y modos de vida de los grupos sociales: punto de partida de un gestor cultural.
2. Productos culturales: danza, música, gastronomía, pintura, teatro, poesía, etc.

Cómo se organiza la cultura:

Actores habituales:

1. Productores culturales formales: actores, artesanos, bailarines, pintores, coreógrafos, etc.
2. Informales: voluntarios: campesinos (área rural), ciudadanos (área urbana), público espectador que asiste a eventos culturales; que se interesan por el folklore de una manera espontánea, más allá de pertenecer o no a grupos o instituciones formales y organizadas, y que generan un intercambio y flujo de capitales tales como personas, información e imágenes.
3. Empresa privada.
4. Organizaciones no gubernamentales (ONGs).
5. Agencias públicas; asociaciones voluntarias. Se organizan en base a intereses comunes. Casas de cultura, juntas de acción comunal, asociaciones comunitarias/barriales, grupos étnicos, clubes sociales.

Instancias Organizativas de la Cultura:

1. El mercado.
2. La administración pública: Ministerios.
3. La comunidad.

Como la cultura funcionaría como red según este enfoque, la tarea del gestor entonces será la de conocer cómo está organizada la producción cultural en la



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

comunidad lingüística que se propone apoyar o estudiar. El gestor cultural debe forjar que las políticas culturales protejan la diversidad y la variedad, y sobre todo debe promulgar el diálogo entre los diferentes grupos sociales.

Por tal razón, se han realizado propuestas en relación con

“la formación de gestores culturales que se fundamentan en nuestra experiencia y en una lectura del panorama de la actualidad:

1-Las formaciones que se han desarrollado durante los últimos quince años, tienen su valor en haber generado un proceso amplio en una sociedad que no tenía estructurado un nivel profesional en el campo de la gestión cultural, pero también tienen un cierto componente de tanteo experimental y de apertura del sector que está evolucionando constantemente, fruto de esta relación entre acción formativa y estructuración profesional.

2. Se observa que la existencia de formaciones, que podemos denominar gestores culturales genéricos, han ido evolucionando con la necesidad de la existencia de cursos de especialización mucho más concretos en sectores que, por sus características, han construido un referente propio. Nos estamos refiriendo a sectores como el patrimonio, artes visuales, comunicación, cooperación internacional, etc.

3. Se propone, la necesidad que los contenidos de la gestión cultural se incorporen y se relacionen en dos niveles totalmente diferentes. Por un lado la incorporación de algunas asignaturas optativas e introductorias para los alumnos que están realizando estudios de grado en diferentes disciplinas, y por otro lado la necesidad de incorporar la perspectiva y gestión cultural dentro de otras especialidades que hasta este momento se consideraban lejanos de la gestión cultural, pero que en realidad está demostrando su íntima relación con ella. Nos referimos a sectores como pueden ser turismo, ocio, comunicación,



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

relaciones internacionales, economía, derecho, etc.” (Alfons Martinell: 2001,07)<sup>4</sup>

De tal manera poco a poco la sociedad compleja reclama atención a nuevos enfoques de las políticas del Estado del Bienestar y la ampliación de los campos de actuación de las políticas públicas,

“los proyectos significativos e innovadores se configuran a partir de marcos de gestión ubicados en nuevas legitimidades y en sistemas de organización mixtos, donde lo privado, lo público colaboran y establecen sinergias En estos contextos, las nuevas ideas de gestión llegan al sector social, educativo y cultural como exigencia a una mayor eficacia y eficiencia de sus fines y por la importancia económica de sus políticas. Los modelos de administración clásicos se ven desbordados por las nuevas necesidades y políticas y entran en una crisis profunda de rendimiento” (Alfons Martinell: 2001,10)<sup>5</sup>.

La gestión cultural se construye sobre una opción de entender la función del profesional ampliando otros aspectos del mundo cultural, que han de quedar en manos de sus verdaderos protagonistas, la cual no construye un campo disciplinario propio, sino que se articula o se alimenta de las aportaciones de otras disciplinas, construyendo un nuevo campo de acción que reclama una visión muy amplia y global.

---

<sup>4</sup> Martinell, Alfons (2001). “Perspectivas de Futuro (Recopilación de Textos) Titular de la Cátedra UNESCO Presidente de Interarts 2001” En <http://agetec.org/agetec/descarga/AMartinell.pdf> (03/08/2015 y 10/08/2015)

<sup>5</sup> *Ibíd.*

### 4.3 Gestión cultural y Comunicación

No se podría imaginar la gestión cultural sin los procesos de comunicación que se efectúan entre gestores e individuos de la comunidad y, al mismo tiempo, no sería pertinente la gestión cultural sin el desarrollo comunitario y social. Son temas que ocupan un espacio de reflexión tanto en el mundo académico como en el espacio público. En el caso particular de Argentina “la comunicación está muy vinculada a las dinámicas culturales y a las apuestas de desarrollo a las que las administraciones públicas le han apuntado en los últimos años, tales como el enriquecimiento colectivo de la vida pública a través de la creación y fortalecimiento de espacios de construcción social” (Marta Bustos, 2002:14)

Néstor García Canclini (2002) ha insistido en tres rasgos de estas modificaciones, que implican que las políticas y los consumos ya son distintos:

1. El predominio irreversible de las industrias electrónicas de comunicación sobre las formas tradicionales (ilustrada y popular) de producción y circulación de la cultura.
2. El desplazamiento de los consumos culturales de los espacios públicos (teatros, cines, salas de conciertos, bibliotecas, casas de cultura) a los medios electrónicos que llevan los mensajes masivos a domicilio (radio, televisión, video)
3. La disminución del papel de las culturas locales, regionales y nacionales, ligadas a territorios e historias particulares, en beneficio de un incremento de los mensajes generados y distribuidos mediante circuitos transnacionales; la redistribución de responsabilidades entre Estado e iniciativa privada respecto de la producción, el financiamiento y la difusión de los bienes culturales. (De Zubiría Samper: 1998,265)

En la actualidad, ciertamente muchas instituciones generadoras de gran parte del discurso simbólico, han ido perdiendo el inmenso poder que tenían en tiempos pasados. Es por ello que en el libro *Cultura: Teorías y Gestión*, Sergio de Zubiría

(1998) cita a Jesús Martín Barbero quien sostiene que “la sociedad misma se está convirtiendo toda ella en cultura. Así como una especie de antropologización social de la cultura. Un nuevo lugar social de la cultura que se debe principalmente a que se transformó el concepto de lo que ella es”, percatándonos que las redes de relaciones que se tejen desigualmente entre comunidades mundiales han generado lo que se conoce como sistema mundo, en el que gran cantidad de estas formas simbólicas funcionan como mercancías que se comercializan en este mundo globalizado y que van adquiriendo poder.

La sociedad no solamente debe acceder a la información que existe sobre su patrimonio sino ser intérprete de su propia construcción. Por ello, la creación de Comunidades Emergentes de Conocimiento local permite a corto, mediano y largo plazo fortalecer las culturas locales; el hecho es empoderar a dichas comunidades a nivel local, regional y nacional. “Las redes de comunicación, la cantidad de intercambios y de flujos de capitales, personas, información e imágenes, están reconfigurando el planeta de forma novedosa, lo que genera una apertura al mundo de nuevas formas sociales.” (Matelart, 1998:7) En: (Margarita Moreno, 2006:69).

En términos de desarrollo, cuando los grupos sociales no son conscientes de lo que genera su identidad folklórica, no valoran su identidad cultural y, por tanto, no se apropian de la riqueza de su patrimonio cultural tangible e intangible y su biodiversidad, demostrándonos que su “desarrollo” es entendido bajo los parámetros de las culturas que se imponen en este proceso global.

Es por ello que el autor Sergio de Zubiría (1998), en su libro *Cultura: Teorías y Gestión* en el capítulo cuatro cita a Jesús Martín- Barbero y Néstor García



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

Canclini, en donde ellos: “Consideran que existen transformaciones importantes en la dimensión cultural que insinúan la búsqueda de una expresión próxima a la actual praxis cultural, advierten en todo momento que lo gestionable en la cultura sólo puede entenderse a la luz de lo no gestionable, pues la libertad, autonomía e independencia de los procesos culturales no son gestionables” .

Argentina es un ejemplo de concentración de diversidad en donde se requieren estrategias de organización, comunicación y cultura. Es una tradición que cuyos antecedentes se encuentran en documentos escolares, sobre todo de nivel primario, y a partir de la implementación de la ley 1.420 de 1884. En la actualidad El Canal Encuentro, canal de televisión educativo y cultural, ha realizado y transmitido programas culturales y folklóricos de diversa índole, dentro de las cuales se destacan programas y series de formación, que han tratado temas de políticas culturales. La comunicación como herramienta de gestión cultural se presenta como un asunto de gran interés, y como un instrumento de organización para el sector cultural en un territorio el argentino.

Consideramos relevante lo que ha significado en tiempos contemporáneos la gestión cultural del Canal Encuentro como difusor de la importancia de la preservación y proyección del patrimonio histórico nacional y universal. A continuación exponemos uno de los muchos aportes de la comunicación social dentro de la gestión cultural, con una relatoría de uno de los capítulos del libro “La gestión y el gestor del patrimonio cultural”, escrito por Rosa Campillo Garrigós (1998):

“El patrimonio cultural como bien de la sociedad muchas veces es involuntariamente desconocido, por eso es de vital importancia que a través de los



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

medios de comunicación, éstos vuelvan a recobrar vida. La motivación depende de qué tanto se pueda despertar la curiosidad para que el público los visite, se deben utilizar como medios inteligentes para responder las preguntas más recónditas de su público.”

Del mismo modo las tendencias de la sociedad argentina requieren ser tomadas en cuenta cuando se trata de hablar de los bienes del patrimonio histórico cultural. De ser vinculados al mundo en que se vive, deben seguir reglas que abarquen dimensiones universales. “El mundo de la comunicación y del mercadeo toman relevancia en cuanto a la interacción que significa la actividad comunicativa en el ecosistema material, social, gnoseológico y axiológico.” (Campillo, Garrigós: 1998,190)

En concreto, debemos creer que la comunicación pública como narración, y específicamente el Canal Encuentro, pueden ejercer persuasión en el público en tanto que su función representa al medio interlocutor e interpelativo. Se conforman así distintas formas de contrato, ritual, lectura y comprensión de los espacios de interacción generados también por los mensajes que se emiten a través de este medio de comunicación, logrando mostrar y expresar las concepciones y perspectivas que las personas tienen de su realidad cultural. Es así como la sociedad se nutre no sólo del conocimiento adquirido a través de los diferentes formatos audiovisuales e informativos que se le presentan, sino que además hay objetos que entran a ser parte de la estructura formativa de los individuos, como el caso de la danza folklórica argentina. “Los sistemas sociales de comunicación sólo pueden ser entonces posibles cuando pueden ser representados ante el grupo como sujeto de necesidades y derechos.” (Campillo, Garrigós: 1998,191).



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

Dentro de la comunicación pública hay que situar a la gestión cultural del patrimonio histórico cultural, en donde ésta, en lo posible pueda “circular por un cauce comunicativo institucional y preferiblemente adscrito a las administraciones locales.” (Campillo, Garrigós: 1998,191). Estas instituciones son más fiables y tratan la difusión con garantía de la fuente.

Y hablando precisamente de la fuente, algunos autores coinciden dentro de la corriente de la comunicación que “ésta influye decisivamente en el receptor. La corriente psicologista hace énfasis en el propio emisor para provocar, dirigir y controlar estímulos con el fin de obtener determinadas respuestas y efectos en los destinatarios. Los funcionalistas destacan la relación entre emisor y receptor de manera horizontal. Aquí estos dos interactúan recíprocamente por ello se hace necesario citar la fuente de acuerdo a la situación comunicativa.” (Campillo Garrigós: 1998,192)

Es importante examinar los medios de comunicación social para determinar qué es lo que está siendo emitido y cómo se está transmitiendo. Los medios de comunicación en la mayoría de los casos dependen directamente de sus directores. Así, de acuerdo al enfoque y a los instrumentos que se utilicen en los medios de comunicación es que se ve afectado y motivado el público. El comunicador social y el gestor cultural tendrán entonces la labor de responder a la sociedad, generando representaciones que tengan un sentido dialéctico en cuanto al los bienes del patrimonio histórico cultural. La prensa, la radio, la televisión, y la Internet pueden ser los mejores aliados de los gestores culturales si las divulgaciones cuentan con la veracidad histórico-cultural. El reto más grande que tenga en este sentido el gestor, es la desventaja que tienen los programas de patrimonio cultural frente a la competencia con programas que capturan la



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

atención del público, el cual quiere ser entretenido más que culturizado. Fenómenos arrasadores tales como los realities desplazan totalmente los programas culturales y educativos dentro del consumo cultural. (Rincón, Omar: 2006)

Ahora bien, no podemos dejar de hablar de la Internet como medio difusor y dinamizador del patrimonio cultural, el cual ha permitido gestionar a grupos folklóricos, proyectos de comunicación y cultura. Si bien es cierto que no hay acceso a Internet para todas las poblaciones, las diferentes instituciones gubernamentales y culturales reciben diversas propuestas y proyectos de grupos de localidades lejanas, las cuales han aprendido a apropiarse de esas herramientas. Éste es un aliado sin igual, ya que las posibilidades que en ese medio se le abren son infinitas y su público enorme.

La comunicación debe ser capaz de convertirse en un componente central de la formación artística y cultural en las áreas de convocatoria, difusión, pedagogía y proyección de los programas culturales. Estos procesos comunicativos deben “orientarse hacia asuntos de divulgación y difusión de las propuestas y resultados de las experiencias de formación, o hacia la solución de problemas técnico-didácticos de cómo hacer comprensible lo enseñable”. (Bustos, Marta: 2002,23).

La comunicación podría facilitar la dinámica que acompaña a la formación artística-cultural, y podría colaborar en la ampliación necesaria de nuestras miradas sobre lo pedagógico y el papel social de la cultura. De otro lado los actores e instancias que dialogan sobre el aspecto cultural y artístico lo hacen siempre desde posiciones que expresan agendas políticas e idearios sociales.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

Hoy el ejercicio cultural aborda una amplia gama de prácticas que cuentan como cultura y que van desde las bellas artes, hasta tradiciones populares y productos de cultura masiva. Para ello será importante construir territorios de debate y discusión con otros sectores en torno a las condiciones que determina la ética de nuestra propia práctica.

Por tal razón la producción de información, investigación, conocimiento y comunicación, necesita de la utilización de la Tecnología de Información-Comunicación (TIC), como plataforma generativa de conocimiento local para darle visibilidad al comunicarla. Paralelamente, este recurso se convierta en sistemas de Tecnología, Información, Comunicación y Conocimiento (TICC) para que así generen bienes y prácticas socio-culturales.

Los medios de comunicación son uno de los mejores instrumentos para la aplicación de la gestión cultural porque la humanidad, como tal, se constituye y se comunica desde siempre. Las escuelas de pensamiento al respecto son varias y variadas (Lévi-Strauss y McLuhan). La difusión de los procesos culturales es inherente al trabajo de la comunicación y, el fortalecimiento continuo de los agentes de comunicación debe ser material indiscutible en cualquier plan institucional, gubernamental, nacional y o local en lo que respecta a la danza folklórica en Argentina.

## 5. Marco metodológico

La investigación que se implementó y se informa en esta tesis es de tipo descriptivo explicativo (Hernández Sampieri: 2000), porque se busca conocer y entender diferentes situaciones, costumbres, actores, gestiones y procesos de desarrollo en torno a la sostenibilidad de la danza folklórica en Argentina como manifestación artística aliada al Canal Encuentro. Se requiere concentrarse en las manifestaciones de tipo natural que dependen de su carácter socio-cultural y que constituyen el proceso de comunicación. Para la comprensión del fenómeno de la danza folklórica argentina, se aplicó como método de investigación cualitativa el instrumento de observación. Se investigó sobre las relaciones que el objeto de este estudio: Programa *En Danza* transmitido por el Canal Encuentro, canal federal de servicio público de comunicación, promueve y divulga la danza folklórica en Argentina.

Según lo expuesto se desarrolló una metodología no experimental, ya que no hay control directo sobre las variables, pues lo que se pretende es observar y analizar el fenómeno de estudio en su condición natural, y con un enfoque cualitativo. Para el análisis cualitativo de esta investigación se recurrió a instrumentos como la observación participante, análisis de capítulos del programa *En Danza* del Canal Encuentro: Chacarera, Gato, Escondido y Zamba; y observación de otros programas relacionados con la cultura folklórica de Argentina, que también han sido producidos y emitidos por el Canal Encuentro.

Así mismo, es un estudio correlacional, puesto que se analizó la formación de estos actores desde las raíces del folklore y su relación con el Canal Encuentro a partir de iniciativas alternas como lo es un medio de comunicación. Es decir, se

forma al actor desde la variedad cultural hereditaria para que él genere una transformación creativa y activa, a través del apoyo que pueda brindar una institución cultural o un medio de comunicación.

### **5.1 Fundamentación**

El inicio de esta investigación requirió de un análisis sobre la incidencia que tiene la gestión cultural en la divulgación de la danza folklórica argentina. Se pretendió indagar sobre los eslabones de producción cultural del Canal Encuentro, tales como la investigación, la producción, la circulación y divulgación de dicho arte en Argentina. Comprobar si realmente ha habido una búsqueda constante en los tres aspectos enunciados, si se ha visto implícita una facilitación por su parte y, por consiguiente, una reinención y proyección cultural del hecho dancístico. Durante el proceso de investigación-acción se pretendió aplicar las teorías de comunicación a una situación existencial concreta: ¿Cómo el medio de comunicación Canal Encuentro y su documental *En Danza*, han favorecido la proyección de la danza folklórica como elemento vital de la cultura argentina?, tomando como marco de tiempo desde 2012 hasta la actualidad.

Como proceso de comunicación, se queremos indagar hasta dónde se ha llegado a una reflexión crítica por parte de esta organización como gestora de lo cultural, sobre el acto del reconocimiento de la danza folklórica como elemento primordial de los procesos culturales. Creemos que al individuo no se le puede dicotomizar de su mundo, sus relaciones son cíclicas y es a través de los ciclos que surgen las transformaciones.

El reto es explicar la comunicación que hay entre el folklore, la danza y medios culturales como el Canal Encuentro. Entendemos que la comunicación implica una reciprocidad, una coparticipación de los sujetos. De esta forma los sujetos tienen una intención, su pensamiento es significativo, y en cuanto a la danza, se quiere identificar su contenido como acto comunicativo.

Desde un principio se habló de un diálogo; los interlocutores se expresan a través de un sistema lingüístico. La observación, entonces, estuvo dirigida a la eficiencia que haya podido tener este acto comunicativo, es decir, observar si la expresión corporal se ha percibido en un cuadro significativo común. La comprensión debe ser inteligible entre el sujeto y lo que quiere expresar. En este caso específico se analizó si se ha respetado dicha inteligibilidad por parte de una institución a cargo del desarrollo y proyección cultural de la danza folklórica en Argentina.

## **5.2 Población y muestra**

Para la recolección de los elementos más importantes que llevaron a un análisis cualitativo acertado dentro de la investigación, se tomó como muestra los cuatro capítulos que conforman el programa *En Danza* del Canal Encuentro: Chacarera, Gato, Escondido y Zamba; todas ellas danzas tradicionales de la cultura folklórica argentina.

Nos permitió correlacionar si la práctica y promoción que realiza este medio de comunicación va alineado con las teorías y conceptos desarrollados en este estudio, sobre el desarrollo de la comunicación-gestión, la cultural, ya que a través de esta organización se indagó el acercamiento tanto a la realidad objetiva como a la subjetiva del fenómeno a estudiar, en este caso el desarrollo comunicacional de la danza folklórica en Argentina.

## 6. Desarrollo de la investigación

### 6.1 ANÁLISIS PROGRAMAS CANAL ENCUENTRO Disponible en [http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec\\_id=113571](http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113571) (02/09/2015)

#### 6.1.1 Datos generales En Danza

Para efectos de esta investigación se decidió trabajar con el *programa “En Danza”* por razones de tiempo y espacio. Explorando el Canal Encuentro se han localizado varios programas relacionados con la danza y el folklore argentino, entre ellos: En Danza, Baile y Danzas Populares, Explora Pedagogía, Chamamé, Hacer Escuela, Tango y Baile; algunos referentes a la música popular argentina como: Argentina es Música, Pueblos de Fiesta, y Popular.

A continuación se describe *En Danza* de manera objetiva-estructural según su formato de documental y artístico en un macrotexto simple de doble entrada, ubicando en éste la información suministrada por los créditos, y se intenta visualizar coincidencias y diferencias entre los cuatro capítulos del programa.

Seguido de este macrotexto se realiza un análisis descriptivo a través de categorías propias de marcos de comunicación, cultura, y gestión cultural, para determinar si realmente existe una labor interactiva cultural, habilidades en la construcción de conocimientos culturales y folklóricos, promoción de valores culturales, estrategias de gestión cultural y de comunicación para la protección y conservación del patrimonio de la danza, y por último las formas y condiciones actuales de consumo de este producto cultural.



## Capítulo 1

<b>Descripción del Medio</b>	<b>Canal Encuentro. Medio de televisión público. Comunicación pública. Es un Canal con un proyecto cultural y educativo multiplataforma, que replica los contenidos en su sitio web, permitiendo descargar temporadas ya emitidas. Busca lograr una televisión pública de alta calidad, siendo atractiva tanto para docentes y alumnos como para el público en general.</b>
<b>Programa</b>	En Danza
<b>Serie/Capítulo</b>	1 capítulo de 4 "CHACARERA"
<b>Descripción Programa</b>	Las danzas folklóricas argentinas se bailan desde hace siglos. A partir del 1800, se fueron forjando como expresiones dinámicas de todos los sectores sociales. Llegaron desde Europa en la época de la colonia, y en América incorporaron elementos de las culturas originarias. La chacarera, la zamba, el gato y el escondido -entre otros bailes- se mantienen vigentes y presentan variantes en distintas provincias argentinas. Se convirtieron en referencia nacional y en un capital cultural en constante movimiento. Maximiliano Guerra nos introduce en su historia, características, pasos y figuras.
<b>Duración</b>	23 minutos
<b>Género/Clase</b>	Documental, entretenimiento, didáctico
<b>Habilidades/herramientas requeridas por el usuario</b>	Uso de Internet.
<b>Grupo de Danza Invitado</b>	Ballet Huayra Mujuy (San Salvador de Jujuy)
<b>Ubicación</b>	Teatro Mitre (Jujuy)
<b>Conducción</b>	Maximiliano Guerra
<b>Producción General</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo
<b>Dirección General</b>	Pablo Santangelo
<b>Realización</b>	Juan Pablo Felix
<b>Coordinación de Producción</b>	Fabiana Pucci
<b>Productora general del proyecto</b>	Maite Diorio
<b>Guión</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo, Ana Accorsi
<b>Dirección de</b>	Mariana Bruno



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

<b>Fotografía y Cámara</b>	
<b>Sonido</b>	Paula Ramírez
<b>Asistencia</b>	Sebastián Sorobe, Marina Ludeña.
<b>Montaje</b>	Diego E. Arévalo Rosconi
<b>Color</b>	Hernán Buffa
<b>Maquillaje</b>	Mariela Cardozo
<b>Eléctricos</b>	Cesar Iñiguez, Nicolás Plachesi
<b>Cámara</b>	Xoana Tessandori
<b>Diseño de Gráfica</b>	Matías Poggini
<b>Asistencia de Gráfica</b>	Santiago Casal
<b>Reproducción de Sonido</b>	Martín Daulerio, Alejandro Vargas, Laura Pendás
	Fabrica de Arte de Maximiliano Guerra y Patricia Baca Urquiza
<b>Agradecimientos</b>	Altos de la Viña Hotel Spa & Wellness
<b>Producido por</b>	Occidente Producciones
<b>Año</b>	2012
<b>Dirección Web</b>	<a href="http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113572">http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113572</a>

## Capítulo 2

<b>Descripción del Medio</b>	<b>Canal Encuentro. Medio de televisión público. Comunicación pública. Es un Canal con un proyecto cultural y educativo multiplataforma, que replica los contenidos en su sitio web, permitiendo descargar temporadas ya emitidas. Busca lograr una televisión pública de alta calidad, siendo atractiva tanto para docentes y alumnos como para el público en general.</b>
<b>Programa</b>	En Danza
<b>Serie/Capítulo</b>	2° capítulo de 4 "GATO"
<b>Descripción Programa</b>	Las danzas folklóricas argentinas se bailan desde hace siglos. A partir del 1800, se fueron forjando como expresiones dinámicas de todos los sectores sociales. Llegaron desde Europa en la época de la colonia, y en América incorporaron elementos de las culturas originarias. La chacarera, la zamba, el gato y el escondido -entre otros bailes- se mantienen vigentes y presentan variantes en distintas provincias argentinas. Se convirtieron en referencia nacional y en un capital cultural en constante movimiento.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

	Maximiliano Guerra nos introduce en su historia, características, pasos y figuras.
<b>Duración</b>	25 minutos
<b>Género/Clase</b>	Documental, entretenimiento, didáctico
<b>Habilidades/herramientas requeridas por el usuario</b>	Uso de Internet.
<b>Grupo de Danza Invitado</b>	Ballet La Minga (Salta)
<b>Ubicación</b>	Peña Balderrama (Salta)
<b>Conducción</b>	Maximiliano Guerra
<b>Producción General</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo
<b>Dirección General</b>	Pablo Santangelo
<b>Realización</b>	Juan Pablo Felix
<b>Coordinación de Producción</b>	Fabiana Pucci
<b>Productora general del proyecto</b>	Maite Diorio
<b>Guión</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo, Ana Accorsi
<b>Dirección de Fotografía y Cámara</b>	Mariana Bruno
<b>Sonido</b>	Paula Ramírez
<b>Asistencia</b>	Sebastián Sorobe, Marina Ludeña.
<b>Montaje</b>	Diego E. Arévalo Rosconi
<b>Color</b>	Hernán Buffa
<b>Maquillaje</b>	Mariela Cardozo
<b>Eléctricos</b>	Cesar Iñiguez, Nicolás Plachesi
<b>Cámara</b>	Xoana Tessandori
<b>Diseño de Gráfica</b>	Matías Poggini
<b>Asistencia de Gráfica</b>	Santiago Casal
<b>Reproducción de Sonido</b>	Martín Daulerio, Alejandro Vargas, Evelin Bermudez
	Fabrica de Arte de Maximiliano Guerra y Patricia Baca Urquiza
<b>Agradecimientos</b>	Ona Saez
<b>Producido por</b>	Occidente Producciones
<b>Año</b>	2012
<b>Dirección Web</b>	<a href="http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113574">http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113574</a>



### Capítulo 3

<b>Descripción del Medio</b>	<b>Canal Encuentro. Medio de televisión público. Comunicación pública. Es un Canal con un proyecto cultural y educativo multiplataforma, que replica los contenidos en su sitio web, permitiendo descargar temporadas ya emitidas. Busca lograr una televisión pública de alta calidad, siendo atractiva tanto para docentes y alumnos como para el público en general.</b>
<b>Programa</b>	En Danza
<b>Serie/Capítulo</b>	3 capítulo de 4 "ESCONDIDO"
<b>Descripción Programa</b>	Las danzas folklóricas argentinas se bailan desde hace siglos. A partir del 1800, se fueron forjando como expresiones dinámicas de todos los sectores sociales. Llegaron desde Europa en la época de la colonia, y en América incorporaron elementos de las culturas originarias. La chacarera, la zamba, el gato y el escondido -entre otros bailes- se mantienen vigentes y presentan variantes en distintas provincias argentinas. Se convirtieron en referencia nacional y en un capital cultural en constante movimiento. Maximiliano Guerra nos introduce en su historia, características, pasos y figuras.
<b>Duración</b>	23 minutos
<b>Género/Clase</b>	Documental, entretenimiento, didáctico
<b>Habilidades/herramientas requeridas por el usuario</b>	Uso de Internet.
<b>Grupo de Danza Invitado</b>	Ballet Huayra Mujuy (San Salvador de Jujuy)
<b>Ubicación</b>	Peña (Jujuy)
<b>Conducción</b>	Maximiliano Guerra
<b>Producción General</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo
<b>Dirección General</b>	Pablo Santangelo
<b>Realización</b>	Juan Pablo Felix
<b>Coordinación de Producción</b>	Fabiana Pucci
<b>Productora general del proyecto</b>	Maite Diorio
<b>Guión</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo, Ana Accorsi
<b>Dirección de</b>	Mariana Bruno



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

<b>Fotografía y Cámara</b>	
<b>Sonido</b>	Paula Ramírez
<b>Asistencia</b>	Sebastián Sorobe, Marina Ludeña.
<b>Montaje</b>	Diego E. Arévalo Rosconi
<b>Color</b>	Hernán Buffa
<b>Maquillaje</b>	Mariela Cardozo
<b>Eléctricos</b>	Cesar Iñiguez, Nicolás Plachesi
<b>Cámara</b>	Xoana Tessandori
<b>Diseño de Gráfica</b>	Matías Poggini
<b>Asistencia de Gráfica</b>	Santiago Casal
<b>Reproducción de Sonido</b>	Martín Daulerio, Alejandro Vargas, Evelin Bermudez
	Fabrica de Arte de Maximiliano Guerra y Patricia Baca Urquiza
<b>Agradecimientos</b>	Gondwana Pan Tierra
<b>Producido por</b>	Occidente Producciones
<b>Año</b>	2012
<b>Dirección Web</b>	<a href="http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113575">http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113575</a>

#### Capítulo 4

<b>Descripción del Medio</b>	<b>Canal Encuentro. Medio de televisión público. Comunicación pública. Es un Canal con un proyecto cultural y educativo multiplataforma, que replica los contenidos en su sitio web, permitiendo descargar temporadas ya emitidas. Busca lograr una televisión pública de alta calidad, siendo atractiva tanto para docentes y alumnos como para el público en general.</b>
<b>Programa</b>	En Danza
<b>Serie/Capítulo</b>	4° capítulo de 4 "ZAMBA"
<b>Descripción Programa</b>	Las danzas folklóricas argentinas se bailan desde hace siglos. A partir del 1800, se fueron forjando como expresiones dinámicas de todos los sectores sociales. Llegaron desde Europa en la época de la colonia, y en América incorporaron elementos de las culturas originarias. La chacarera, la zamba, el gato y el escondido -entre otros bailes- se mantienen vigentes y presentan variantes en distintas provincias argentinas. Se convirtieron en referencia nacional y en un capital cultural en constante movimiento.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

	Maximiliano Guerra nos introduce en su historia, características, pasos y figuras.
<b>Duración</b>	25 minutos
<b>Género/Clase</b>	Documental, entretenimiento, didáctico
<b>Habilidades/herramientas requeridas por el usuario</b>	Uso de Internet.
<b>Grupo de Danza Invitado</b>	Ballet La Minga (Salta)
<b>Ubicación</b>	Peña Balderrama (Salta)
<b>Conducción</b>	Maximiliano Guerra
<b>Producción General</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo
<b>Dirección General</b>	Pablo Santangelo
<b>Realización</b>	Juan Pablo Felix
<b>Coordinación de Producción</b>	Fabiana Pucci
<b>Productora general del proyecto</b>	Maite Diorio
<b>Guión</b>	Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo, Ana Accorsi
<b>Dirección de Fotografía y Cámara</b>	Mariana Bruno
<b>Sonido</b>	Paula Ramírez
<b>Asistencia</b>	Sebastián Sorobe, Marina Ludeña.
<b>Montaje</b>	Diego E. Arévalo Rosconi
<b>Color</b>	Hernán Buffa
<b>Maquillaje</b>	Mariela Cardozo
<b>Eléctricos</b>	Cesar Iñiguez, Nicolás Plachesi
<b>Cámara</b>	Xoana Tessandori
<b>Diseño de Gráfica</b>	Matías Poggini
<b>Asistencia de Gráfica</b>	Santiago Casal
<b>Reproducción de Sonido</b>	Martín Daulerio, Alejandro Vargas, Evelin Bermudez
	Fabrica de Arte de Maximiliano Guerra y Patricia Baca Urquiza
<b>Agradecimientos</b>	Design Suites Salta Argentina
<b>Producido por</b>	Occidente Producciones
<b>Año</b>	2012
<b>Dirección Web</b>	<a href="http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113573">http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113573</a>



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

Una vez descrito individualmente cada programa se construyó un macrotexto que permite visualizar en simultáneo y yuxtapuestos algunos datos relevantes que son analizados.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDE

Universidad Argentina de la Empresa

### 6.1.2 Macrotexto Comparativo de Serie “En Danza”

<b>Canal Encuentro Programa “En Danza”</b>	<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>CAPÍTULO 4</b>
<b>Tipo de danza</b>	Chacarera	Gato	Escondido	Zamba
<b>Descripción del Programa</b>				
<b>Duración</b>	23 minutos	25 minutos	23 minutos	25 minutos
<b>Género/Clase</b>	Documental, entretenimiento, didáctico	Documental, entretenimiento, didáctico	Documental, entretenimiento, didáctico	Documental, entretenimiento, didáctico
<b>Grupo Invitado</b>	Ballet Huayra Muyo (San Salvador de Jujuy)	Ballet La Minga (Salta)	Ballet Huayra Muyo (San Salvador de Jujuy)	Ballet La Minga (Salta)
<b>Región</b>	Jujuy, Argentina	Salta, Argentina	Jujuy, Argentina	Salta, Argentina
<b>Conducción</b>	Maximiliano Guerra	Maximiliano Guerra	Maximiliano Guerra	Maximiliano Guerra
<b>Guión /autor de los textos</b>	Ana Accosi, Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo	Evelin Bermudez, Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo	Evelin Bermudez, Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo	Evelin Bermudez, Marcos Sacchetti, Pablo Santangelo

## 6.2 Categorías de Análisis. Definiciones de Marcos de Comunicación, Cultura y Gestión Cultural.

Reflexionando sobre aspectos que llamaron la atención, la autora construyó las siguientes categorías de análisis para los aspectos de comunicación (tabla 6.2). A posteriori se describen y se desarrollan dichas categorías de análisis.

Categoría	Descripción	Frecuencia de presencia de categorías
<b>1- Valor Interactivo (elementos de medio que fomentan la interactividad)</b>	Se constituye un espacio dinámico de participación constante de los usuarios. Una Instancia fundamental para el trabajo en red y en comunidad, que articula la televisión con las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), generando un espacio de convergencia.	Medio-Alto
<b>2- Habilidades cognitivas que desarrolla</b> está relacionado con la naturaleza y carácter educativo del canal encuentro	Construcción de conocimientos artísticos.	Medio
<b>3- Promoción de valores culturales</b>	Protección y conservación del patrimonio de la danza.	Medio-Alto
<b>4- Estrategias de gestión de promoción, difusión y circulación. En función de la gestión cultural</b>	Escenarios favorables para el fortalecimiento del sector artístico diverso, creativo y estable, con capacidad de crecimiento, proyección y sustentabilidad. La generación de estrategias y espacios de circulación para la danza.	Medio
<b>5- Formas/ estilos</b>	Hay nuevas formas de	Medio-Alto



<b>narrativos (condiciones de consumo y requisitos de producción)</b>	consumo a través de diferentes dispositivos-pantallas, es decir, el contenido televisivo se consume bajo la lógica de nuevas pantallas. (T.V, PC, ipods, tablets, celulares). Su particularidad está dada por un cambio en la relación con el espacio y el tiempo, que incrementan la segmentación y fragmentación característica de la narrativa televisiva.	
---	---	--

### **Definiciones de categorías de marcos de comunicación, cultura, y gestión cultural.**

La definición de las categorías de análisis se ha realizado a partir de la observación de la estructura de organización de los cuatro capítulos del programa cultural En Danza, emitido por el Canal Encuentro en el año 2012. Cada categoría está sustentada en dimensiones mencionadas en el cuadro anterior y se describen a continuación. Es importante aclarar que existen otras dimensiones que pueden explorarse para dar paso a un análisis sobre el tema, sin embargo para efectos de esta investigación se hizo un relevamiento de ellas y se demostró en el macrotexto la comparativa de que los créditos caracterizan la organización de los capítulos de este programa.

### **6.2.1 Valor Interactivo (elementos del medio que fomentan la interactividad)**

Frente a la esencia cultural y educativa propia del Canal Encuentro, se constituye un espacio dinámico de participación constante de los usuarios/espectadores. Una instancia fundamental para el trabajo en red y en comunidad, que articula la televisión con las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), generando un espacio de convergencia. Hoy por hoy los medios audiovisuales, aprovechando los beneficios de las nuevas tecnologías, están logrando un efecto multiplicador, que tradicionalmente estaba restringido a sectores minoritarios. Por medio de las TIC y sobre todo Internet, se pueden ver los programas transmitidos por televisión, es decir, ver la televisión por Internet. De esta manera estas herramientas de comunicación ayudan a este nuevo proceso multimedial, generando una mayor accesibilidad a los usuarios o tele espectadores a formar parte de estas plataformas multimedia. En el caso puntual de Canal Encuentro, se puede ver y revisar los materiales emitidos desde el dispositivo de la televisión y la Internet. El usuario/espectador empieza a interactuar con las distintas formas en las que puede disfrutar de los variados contenidos culturales y multimediales. Así pues, dejan de ser receptores que sólo reciben información, para transformarse en piezas claves de interactividad, que convergen en un diálogo intercultural, aprovechando los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, generando más conexión e identidad, introduciendo a los receptores en un mundo interactivo que comparte la cultura. Es decir, que la conexión existente en las diferentes áreas del conocimiento, en este caso el de la práctica artística de la danza, y la cotidianidad social se vuelve cada vez más inmediata, a modo de un producto cultural altamente integrado y dinámico.

### **6.2.2 Habilidades cognitivas que desarrolla**

El rigor en la construcción de conocimientos y habilidades artísticas está cimentado por aspectos que no se pueden desconocer como la memoria histórica cultural de un país, la creación e innovación de artistas en sus diferentes expresiones, el acceso y formación de audiencias, promoviendo una reflexión cultural y artística.

En la construcción de estos conocimientos cabe mencionar que, la difusión de la formación artística de la danza bajo el formato de estos programas culturales de televisión brinda la oportunidad de formación, que permite conocer, explorar y acercarse a la danza folklórica. De todas maneras se considera que el propósito no es formar artistas, sino contribuir en el desarrollo y habilidades cognitivas, afectivas, sociales y expresivas que redunden en una auténtica formación integral de los participantes.

La difusión de la danza permite como meta mantener viva la identidad cultural de los habitantes de un país, su proyección y protección de su patrimonio inmaterial. Ayuda a fomentar en la ciudadanía su sensibilidad artística y cultural, y de paso se convierte en un apoyo a los artistas e intérpretes a la danza y en un reconocimiento al trabajo de los diferentes grupos que hacen estas representaciones.

De esta manera, nos remitimos al programa *En Danza*, cuyo objetivo principal es enseñar acerca de las danzas tradicionales en Argentina, sus orígenes, transformaciones y expresiones. Así, se desarrollan cuatro capítulos de 25 minutos aproximadamente, destinados a explicar este proceso, y cada uno hace referencia a un tipo de baile: La chacarera, la zamba, el gato y el escondido.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

Los medios de comunicación en los cuales el receptor puede interpelar y ser interpelado en este tipo de canal y programa, requiere de una mayor concentración por parte del televidente o usuario de Internet, ya que no es sólo un programa de entretenimiento: es instructivo, formativo y educativo frente a la danza, en tanto se muestra paso a paso la secuencia del ritual del baile. Para ello el receptor debe estar en disposición de poner a trabajar sus sentidos para comprender y disfrutar de su contenido. A diferencia de otros canales y programas, la función del dispositivo de la televisión o el computador en éstos juega un papel de desconexión, de no pensar, sólo detenerse y permanecer en un estado de ocio.

Por su parte, la intención de *En Danza* es remitir al televidente a conectarse con los elementos culturales folklóricos de un pueblo y sus rituales, de una manera más profesional. Así mismo invita a retroceder en el tiempo, a pensar en aquella época en la que se gestó este tipo de representación. Por último al enviar mensajes repetitivos como forma de enseñanza puede ser una inducción didáctica y diferente para aprender a bailar el folklore argentino. Es decir, se describe por parte del presentador, las herramientas necesarias para poder aprender los pasos que crearán la coreografía del baile en cuestión, seguido el profesor o director de este grupo de danza ejemplifica e instruye a sus alumnos la manera de perfeccionar los movimientos, pasos, interacciones entre los bailarines y expresiones corporales, que finalizarán en la puesta en escena de este proceso de construcción de conocimientos. Para darle mayor sustento a estas afirmaciones, “las danzas folklóricas han cambiado desde que no se bailan de manera espontánea. Se les agregó espectáculo y, por esa razón, a veces se alejan mucho

de sus raíces. El bailarín de folklore debe estudiar la historia de las danzas para poder reflejar su acervo”. (Guadalupe de Oro, 2008:11)

El contenido descrito suele ser interesante para una parte de la población, el individuo que no se sienta atraído por el tema y sus mensajes, no va a ser interpelado por este canal, este tipo de programa y por lo tanto volcará su atención hacia otro.

### **6.2.3 Promoción de valores culturales predominantes**

De la observación hecha a los capítulos del programa *En Danza*, se toma como categoría de análisis la promoción de valores culturales y su descripción de integración sociocultural, que por medio de la difusión de los programas de danza folklórica que se realizan en el Canal Encuentro, canal eminentemente cultural y educativo, se desprende la dimensión de la protección y conservación del patrimonio de la danza. Como valor educativo, el patrimonio inmaterial de la danza está soportado por el respeto a la identidad, las costumbres y las tradiciones de un pueblo, lo cual genera una integración social y participación ciudadana, logrando procesos de enseñanza y aprendizaje en su transmisión a través de las generaciones de la sociedad. Así, en palabras de Irina Bokova, directora de la Unesco, se proclama que “la cultura tiene la facultad de estrechar los lazos entre el pasado y el futuro, gracias a la protección del patrimonio mundial e inmaterial y a la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Además estimula la creatividad que es un factor de innovación y desarrollo.”



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

Los valores culturales entre otras cosas promueven la educación cultural y artística de un país, la conservación del patrimonio cultural, y en este caso siendo el Canal Encuentro el difusor de cultura como política de un medio de comunicación federal, ayuda al desarrollo y cultivo de la diversidad cultural de la sociedad argentina, estimulando la creación de lenguajes escénicos en el ámbito artístico, lo cual a su vez eleva el nivel cultural de la población y crea símbolos nacionales que interactúan con la memoria histórica del país.

Por otra parte, estos valores contribuyen a reconocer y reflexionar acerca de los rasgos de la identidad cultural y su arraigo, ya que propicia el desarrollo de la memoria colectiva. (Este conocimiento y difusión del desarrollo histórico es fundamental porque va a contribuir a conocer la riqueza y la diversidad de las expresiones de su cultura, en esta investigación dancística, como también da a conocer nuevos talentos, los grupos más representativos que se dedican a la proyección de la danza folklórica). Esta idea se refuerza cuando el antropólogo mexicano Guillermo Bonfil Batalla<sup>6</sup> (2003) menciona que, El valor patrimonial de cualquier elemento cultural, tangible o intangible se establece por su relevancia en términos de la escala de valores de la cultura a la que pertenece; en ese marco se filtran y jerarquizan los bienes del patrimonio heredado y se les otorga o no la calidad de bienes preservables en función de la importancia que se les asigna en la memoria colectiva y en la integración y continuidad de la cultura presente.

---

<sup>6</sup> Bonfil Batalla, Guillermo. *Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados, patrimonio cultural y turismo. Pensamiento acerca del patrimonio cultural. Antología de textos*. México: Consejo Nacional para la cultura y las artes, N°3, p. 56, 2003.

#### **6.2.4 Estrategias de gestión de promoción, difusión y circulación. En función de la gestión cultural.**

Los Escenarios favorables para el fortalecimiento del sector artístico diverso, creativo y estable, con capacidad de crecimiento, proyección y sustentabilidad, da paso para la generación de estrategias y espacios de circulación para la danza.

No se podría imaginar la gestión cultural sin los procesos de comunicación que se efectúan entre gestores e individuos de la comunidad y, al mismo tiempo, no sería pertinente la gestión cultural sin el desarrollo comunitario y social.

La cultura, la comunicación y el desarrollo son temas que ocupan un espacio de reflexión tanto en el mundo académico como en el espacio público. En el caso particular de la capital “la comunicación está muy vinculada a las dinámicas culturales y a las apuestas de desarrollo a las que las administraciones públicas le han apuntado en los últimos años, tales como el enriquecimiento colectivo de la vida pública a través de la creación y fortalecimiento de espacios de construcción social” (Bustos, Marta: 2002,14)

En la actualidad, ciertamente muchas instituciones generadoras de gran parte del discurso simbólico, han ido perdiendo el inmenso poder que tenían en tiempos pasados. Es por ello que en el libro *Cultura: Teorías y Gestión*, Sergio de Zubiría (1998) cita a Jesús Martín Barbero quien sostiene que “la sociedad misma se está convirtiendo toda ella en cultura. Así como una especie de antropologización social de la cultura. Un nuevo lugar social de la cultura que se debe principalmente a que se transformó el concepto de lo que ella es”, percatándonos que las redes de relaciones que se tejen desigualmente entre comunidades mundiales han generado lo que se conoce como sistema mundo, en el que gran cantidad de

estas formas simbólicas funcionan como mercancías que se comercializan en este mundo globalizado y que van adquiriendo poder.

La sociedad no solamente debe acceder a la información que existe sobre su patrimonio cultural, sino ser intérprete de su propia construcción. Por ello, la creación de espacios para la promoción, difusión y circulación de la danza folklórica en argentina, tal como lo ha venido logrando el Canal Encuentro por medio de sus diferentes redes de comunicación, ayuda a generar comunidades emergentes de conocimiento local, que permite a corto, mediano y largo plazo fortalecer las culturas locales; el hecho es empoderar a dichas comunidades a nivel local, regional y nacional. "Las redes de comunicación, la cantidad de intercambios y de flujos de capitales, personas, información e imágenes, están reconfigurando el planeta de forma novedosa, lo que genera una apertura al mundo de nuevas formas sociales." (Matelart: 1998,7) En: (Margarita Moreno: 2006,69).

Consideramos relevante lo que ha significado en tiempos contemporáneos la gestión cultural como difusora de la importancia de la preservación del patrimonio histórico universal. A continuación exponemos uno de los muchos aportes de la comunicación social dentro de la gestión cultural, con una relatoría de uno de los capítulos del libro "La gestión y el gestor del patrimonio cultural", escrito por Rosa Campillo Garrigós. (1998)

"El patrimonio cultural como bien de la sociedad muchas veces es involuntariamente desconocido, por eso es de vital importancia que a través de los medios de comunicación, éstos vuelvan a recobrar vida. La motivación depende de qué tanto se pueda despertar la curiosidad para que el público los visite, se

deben utilizar como medios inteligentes para responder las preguntas mas recónditas de su público.”

La comunicación debe ser capaz de convertirse en un componente central de la formación artística y cultural en la áreas de convocatoria, difusión, pedagogía y proyección de los programas culturales, estos procesos comunicativos deben “orientarse hacia asuntos de divulgación y difusión de las propuestas y resultados de las experiencias de formación, o hacia la solución de problemas técnico-didácticos de cómo hacer comprensible lo enseñable”. (Marta Bustos, 2002:23).

### **6.2.5 Formas/ estilos narrativos (condiciones de consumo y requisitos de producción)**

Las nuevas tecnologías, dispositivos y aparatos tecnológicos, han traído consigo nuevas formas de ver, utilizar e interactuar con la red, generando tendencias y abriendo la oportunidad a nuevos mercados.

Con la revolución tecnológica, en el siglo XXI, por ejemplo el manejo de la información por parte de los adolescentes se convirtió en una herramienta para la utilización de los recursos que hoy dispone la sociedad en la difusión de ideas, imágenes, fotografías, videos, datos, voces, que han transformado las relaciones sociales, la cultura, la educación, la política y hasta la vida privada.

Hay nuevas formas de consumo a través de diferentes dispositivos-pantallas, es decir, el contenido televisivo se consume bajo la lógica de nuevas pantallas. (T.V, PC, ipads, tablets, celulares). Su particularidad está dada por un cambio en la relación con el espacio y el tiempo, que incrementan la segmentación y fragmentación característica de la narrativa televisiva.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

La televisión institucional o pública, intenta manejar otro tipo de lenguaje o discurso a través de un enfoque más cultural que entretenido en sus contenidos, aun cuando los recursos tecnológicos siguen siendo los mismos en relación con el dispositivo. Al ser una plataforma que tiene como objeto central la cultura, busca ser inclusiva frente a la mayoría de expresiones socio-lingüísticas manifiestas en el desarrollo de las artes, la música, la literatura, la ciencia y la tecnología, entre otras, de un pueblo. Es entonces una nueva manera de hacer televisión, integrando la responsabilidad y calidad de sus contenidos reflejados en distintos formatos de producción audiovisuales-culturales como documentales, reportajes, entrevistas, cortos, series, microprogramas, etc., bien sea para aumentar conocimientos ya adquiridos, como para informar, pensar, educar y/o formar a la ciudadanía más que al consumidor. Así mismo este tipo de televisión genera reflexión, crítica y discernimiento, pues elegir es discernir qué ver y es una interpelación emotiva. Pretende promover también la participación activa de los agentes interesados en la construcción del espacio público, de imaginarios sociales e identidades culturales por medio de escenarios de comunicación y diálogo, enriqueciendo el ejercicio cotidiano del reconocimiento de la pluriculturalidad de una comunidad local o global.

Es importante reconocer que el dispositivo de la televisión utilizado para exponer espacios culturales, adquiere este adjetivo en tanto no se limita a transmitir lo culturalmente ya hecho, sino que suscita la innovación y creación de los modos de ver, del ir y venir cotidianos, estableciendo un puente entre el ritmo, la aceleración y la fragmentación de la vida rural o urbana con el flujo de las imágenes.

Así la narrativa del programa En Danza está determinada por una continuidad que alterna tres espacios. El primero es de carácter informativo, en el cual el



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

*Universidad Argentina de la Empresa*

presentador introduce el programa y el tipo de danza respectiva de ese capítulo, sus orígenes, contextualización, demostración de los pasos y explicación del vestuario. El segundo espacio es educativo, donde se desarrolla una breve historia en la que sus protagonistas son un grupo de danza folklórica, que se reúne en un salón de ensayo con el objetivo de enriquecer su formación profesional bajo las instrucciones del director del grupo. El tercer y último espacio es el de la profesionalización, resultado de la información, formación y educación. Allí la puesta en escena se vincula con dos ambientes: el natural, que connota el lugar de origen de la danza, es decir rural; y el formal en el cual se presenta el ritual a un público ya sea en un teatro o un evento específico.

Como dice Roxana Morduchowicz en su texto *la Generación Multimedia* (2008), “La cultura popular está estrechamente ligada a la cultura juvenil ya que en la actualidad, el joven se configura como tal a partir de la frecuencia de utilización de los medios de comunicación, el consumo y el acceso a un cierto tipo de bienes simbólicos y productos culturales específicos. Es en el ámbito de los productos culturales donde el joven despliega su visibilidad como actor social y traza su identidad.

Los niños y jóvenes de hoy se mueven en un universo de dinamismo, de fragmentación, de inmediatez, un mundo mosaico, de continua estimulación y en simultaneo.”

### 6.3 Programas Culturales y Folklóricos Relacionados

En el proceso de investigación, aparte de la serie En Danza, se toman como muestra los siguientes programas emitidos y producidos por el Canal Encuentro, los cuales permiten verificar y corroborar que este medio de comunicación a través de su plataforma multimedia genera la dinámica de conexión entre la comunicación y gestión cultural, estimulando el aprendizaje cultural y asegurando la proyección y divulgación de los bienes culturales y folklóricos de Argentina.

- **En el Medio del Arte. Sinopsis Capítulo Baile y danzas populares:**

Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=101404](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=101404)

Desde la mirada periodística de Gisela Busaniche, *En el medio del arte* se propone indagar cómo son los procesos de creación de artistas de todas las disciplinas y estilos, desentrañando los mecanismos del oficio del creador, asimilables a cualquier área del conocimiento humano.

La danza fue desde siempre un eje central para la expresión del cuerpo. Bailes como el tango, el folclore o la salsa, entre otros, son considerados expresiones populares. ¿Qué permite que el cuerpo se exprese en movimiento? ¿Cuál es el papel de lo sensible, la imaginación y lo racional en la danza?

- **Chamamé. Sinopsis:**

Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=122411](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=122411)



Un recorrido geográfico y musical que hila, a través de saberes populares, mitos, jactancias, certezas y ocurrencias, los múltiples fundamentos posibles del género musical chamamé. A través del hilván que inaugura esa búsqueda, disfrutamos de sus expresiones musicales contemporáneas y del recuerdo de los que ya no están. Además, nos encontramos con algunos pilares chamameceros y con artistas que, sin la luz de la fama, brillan por su originalidad.

- **Hacer escuela. Esc. N.º 103 González Catán: Murales - Esc. N.º 35 Morón: Danza (folklore) Sinopsis.** Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec\\_id=101553](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=101553)

Escuelas de diferentes regiones del país implementan proyectos que tienen como eje distintas disciplinas: la actuación, la música, el uso del cuerpo, las artes visuales, la literatura, el periodismo, la comunicación, la danza. Una serie que describe las experiencias de diferentes escuelas públicas primarias, pertenecientes al Programa Integral para la Igualdad Educativa (PIIE).

Dos proyectos del Programa Integral para la Igualdad Educativa (PIIE): uno, en la escuela N.º 103 de González Catán, donde se realizan murales; el otro, en la N.º 35 de Morón que, desde un enfoque interdisciplinario, retoma las tradiciones culturales de la comunidad.

- **Tango y Baile. Sinopsis:**

Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=101991](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=101991)

De la mano de Horacio Ferrer, la historia del tango, desde los orígenes hasta la actualidad. Las diferentes épocas y estilos del género musical son abordados por este historiador y poeta, fundador de la Academia Nacional



del Tango. La serie presenta materiales de archivos fotográficos, sonoros y audiovisuales.

- **Argentina es música. Sinopsis:**

Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=115482](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=115482)

Todas las manifestaciones de la música popular argentina. Los diferentes géneros, abordados desde una relación estrecha con otras expresiones de la cultura, las realidades sociales y los contextos históricos y geográficos de cada región de nuestro país. Un recorrido realizado por el músico José Luis Castiñeira de Dios que incluye, también, a las bandas emergentes.

- **Pueblos de Fiesta. Sinopsis:**

Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=125167](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=125167)

Un viaje al interior de las fiestas populares de Mendoza. “Pueblos de fiesta” nos propone conocer las costumbres de cada pueblo, acercarnos a sus protagonistas y compartir sus tradiciones.

- **Popular. Sinopsis:**

Disponible en:

[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=106907](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=106907)

Un recorrido por diferentes manifestaciones de la cultura popular de nuestro país para conocer la riqueza que identifica y caracteriza al pueblo argentino. El Festival Payasadas en la Ciudad de Rosario, la devoción por el Gauchito Gil, el fútbol de ascenso, la Fiesta de la Esquila en Río Mayo y otras expresiones colectivas. Lugares y momentos en los que se conjugan tradiciones e imaginarios. Popular es una coproducción con el Centro Cultural de la Cooperación.

## 7. Conclusión

Una vez revisada la literatura seleccionada y al contrastarla con los hallazgos de la aplicación de las categorías de análisis atribuidas al programa documental *En Danza*, emitida por el Canal Encuentro, sobre lo que parecería ser la función de la gestión cultural en estos productos culturales, podemos constatar que el propósito de este último es crear procesos de comunicación y de interacción social en torno a intereses comunes.

Podemos afirmar que la implementación de los procesos de gestión cultural y de comunicación del Canal Encuentro se caracteriza por una significativa compatibilidad con los principios orientadores de los elementos culturales que promulga como canal cultural y educativo en cuanto a participación, pluralidad e integración ciudadana. Dicho esto, cabe mencionar que el origen que tuvo la formulación del problema de esta investigación se basó en las siguientes preguntas:

- 1- ¿Cuál es el marco de referencia que tiene la danza folklórica en relación a aspectos como el respeto y promoción de esta expresión artística como patrimonio nacional?
- 2- ¿Cuál ha sido la gestión de los comunicadores sociales como agentes promotores de los eslabones de producción cultural (la investigación, la producción, la circulación y divulgación entre otros).

A la primera creemos haber encontrado que la difusión de la danza folklórica bajo el formato de estos programas de televisión, brinda una oportunidad de formación que permite conocer, explorar y acercarse a esta manifestación cultural. De todas maneras consideramos que el propósito no es formar artistas, sino contribuir en el

desarrollo de habilidades cognitivas, afectivas, sociales y expresivas que redunde en una formación integral de los participantes.

A la segunda consideramos que la labor de los comunicadores sociales como agentes que hacen parte de la construcción de eslabones de producción cultural como modelo de gestión, se articulan entre los agentes que trabajan en la programación y planificación cultural, y que ha permitido actuar con y desde perspectivas culturales de sentido social la creación de espacios que potencian y visibilizan manifestaciones artísticas como la danza folklórica.

La difusión y promoción de la danza folklórica permite como meta mantener viva la identidad cultural de los habitantes de un país y la proyección cultural, así como la protección de su patrimonio inmaterial. Ayuda a fomentar en la ciudadanía su sensibilidad artística y cultural, y de paso se convierte en un apoyo a los artistas e intérpretes de la danza y en un reconocimiento al trabajo de los diferentes grupos que hacen estas representaciones.

Los hallazgos cualitativos de esta investigación mostraron que la función ejercida por un medio de comunicación como el Canal Encuentro propician la conservación, el desarrollo y creación de productos y programas como *En Danza* que reconstruyen y elevan el nivel cultural de la población, creando símbolos nacionales que interactúan con la memoria histórica y con la creación de lenguajes escénicos, contribuyendo a reconocer y reflexionar acerca de los rasgos de la identidad cultural y su arraigo, ya que propicia el desarrollo de la memoria colectiva.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

Por último, la autora resalta los diversos aportes que la comunicación, como dispositivo de gestión cultural, contribuye a la divulgación cultural de la manifestación del hecho dancístico.

Se ha evidenciado un caso, Canal Encuentro y su programa documental *En Danza*, en el que un proceso de comunicación abarca la organización, la expresión y sobre todo la creación de símbolos colectivos. La danza folklórica no se puede desligar de estos espacios. Por ende el predominio de las industrias televisivas y electrónicas de comunicación y gestión cultural podrían estar encargadas de la producción y circulación de esta área de la cultura, siendo medios privilegiados que deben ser utilizados para estos fines sin olvidar el hecho de la tradición oral del entorno cultural; y que el objeto de estudio *En Danza* de Canal Encuentro parecería atender con eficacia todos o muchos de estos fines.

Desde un principio se indagó sobre el diálogo como objeto fundamental en la toma de conciencia de la realidad socio-cultural de los pueblos y sus expresiones culturales. En efecto la formulación de las preguntas de esta investigación lleva a concluir que la interculturalidad se construye a través de la comunicación y los procesos que se derivan de ella, ya que ésta significa el reconocimiento mutuo entre los miembros de los diferentes grupos artísticos de un país como Argentina y sus mediadores como el Canal Encuentro.

Por consiguiente, el análisis hecho en esta investigación logró responder al objetivo general, ya que permite concluir que la gestión cultural y de comunicación que ha emitido el programa *En Danza* del Canal Encuentro desde el año 2012 hasta la actualidad, ofrece elementos favorables a la proyección y promoción de la danza folklórica en el contexto cultural argentino de esta expresión artística como patrimonio nacional.



## 8. Bibliografía

- ABELLO, T. Ignacio; De Zubiría, Sergio; Sánchez F, Silvio. *Cultura: Teorías y gestión*. Pasto: Ediciones Unariño, 1998. ISBN 9589479022.
- ARICÓ, Hector. *Danzas Tradicionales Argentinas. Una nueva propuesta*. Buenos Aires: Rayen Ediciones, 2002. ISBN 9874345373.
- BAQUERIN de Riccitelli, María Teresa. *Los Medios ¿aliados o enemigos públicos? Derivaciones de las teorías de comunicación surgidas en los setenta*. Buenos Aires: Educa, 2008. ISBN 9789876200875
- BARBERO, Jesús Martín. *Globalización y multiculturalidad: notas para una agenda de investigación*. Bogotá: Ensayo & Error, N° 3, 1999. ISBN 9586018458.
- BARBERO, Jesús Martín *La educación desde la comunicación*. México: Gustavo Gili, 2002. ISBN: 9580474443.
- BARONA Tovar, Fernando. *Gestión cultural una actitud de vida*. Cali: Fundación ATMA, 1999. ISBN: 9589629539.
- BARRERA, Rosita. *El folclor en la educación*. Buenos Aires: Ediciones Colihue 2011. ISBN: 9505816553.
- BECK, Ulrich. *La sociedad del riesgo mundial*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2008. ISBN: 8432310832.
- BETTETINI, Gianfranco; Colombo, Fausto. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1995. ISBN: 8449301947.
- BERMUDEZ León, Oscar Miguel. *¿Gestión cultural o Gestión velada de empresas culturales?* Bogotá: Nencatacoa. 2002. ISBN 9583341622.
- BONFIL Batalla, Guillermo. *Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados, patrimonio cultural y turismo. Pensamiento acerca del*



*patrimonio cultural. Antología de textos.* México: Consejo Nacional para la cultura y las artes, N°3, p. 56, 2003.

- BUSTOS, Marta. *Comunicación, cultura y desarrollo: Un encuentro.* Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 2002. ISBN: 9588109523.
- BULGHERONI Raúl. *Argentina, imagen de un país.* Buenos Aires: Edición de la Fundación Bulgheroni, 2ª Edición, 1999. ISBN 9789879516959.
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *Argentina es Música 2012* [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (16/01/2016). Disponible en: [http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec\\_id=115482](http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=115482)
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *Chamamé.2014* [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (13/01/2016). Disponible en: [http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=122411](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=122411)
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *En Danza, 2012* [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (10/10/2015). Disponible en: [http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec\\_id=113571](http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=113571)
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *En el medio del Arte. Capítulo: Baile y Danzas Populares.* 2010 [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (13/01/2016). Disponible en: [http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=101404](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=101404)
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *Hacer Escuela - Esc. N.º 103 González Catán: Murales - Esc. N.º 35 Morón: Danza (folklore)* 2010 [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (13/01/2016). Disponible en: [http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec\\_id=101553](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=101553)
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *Popular 2012.* [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (12/01/2016). Disponible en:



[http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=106907](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=106907)

- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *Pueblos de Fiesta*. 2014 [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (12/01/2016). Disponible en:
  - [http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=125167](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=125167)
- CANAL Encuentro (Buenos Aires) *Tango y Baile*. 2009 [En línea]. Buenos Aires: Canal Encuentro (16/01/2016). Disponible en:
  - [http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec\\_id=101991](http://www.encuentro.gob.ar/sitios/encuentro/Programas/ver?rec_id=101991)
- CAMPILLO Garrigós, Rosa. *La gestión y el gestor del patrimonio cultural*. España: Editorial K.R, 1998. ISBN 9788488551382.
- CARVAJAL C, Luís B. *Teoría y práctica de la gestión cultural*. Bogotá: Editorial San Pablo Apóstol, 1995.
- COLUCCIO, Félix; COLUCCIO, Susana. *Diccionario folklórico argentino*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor, 2006. ISBN 9500516195.
- COSTA, Joan. *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona: Paidós, 1999. ISBN 9788449307638.
- DE MORAES, Dênis. *Por otra Comunicación. Los media, globalización, cultura y poder*. En BARBERO, Jesús Martín., comp. *Globalización comunicacional y transformación cultural*. Barcelona: Icaria Editorial S.A., 2005. P. 39-55. ISBN 8474267994.
- DE LOS SANTOS Amores, Juan. *Didáctica de las danzas folklóricas argentinas*. Buenos Aires: Editorial del I.D.A.F, 2004. ISBN 9509157066.
- DE ZUBURÍA Samper, Sergio. *Cultura: teorías y gestión*. Pasto: Ediciones Unariño. 1998. ISBN: 9589479022.
- ETCHEVERRY, G. J. *Educación y cultura, una encrucijada*. Buenos Aires: en Boletín de la Academia Nacional de Educación, N° 43, Comisión de Publicaciones, 2000. Disponible en:



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

<http://biblioteca.uahurtado.cl/ujah/reduc/pdf/pdf/00.714-03.pdf> (20/05/2015)

- FLURY, Lázaro. *Folklore: contribución a su estudio integral*. Santa Fe: Colmegna, 1974.
- FREGA Ana L. *La identidad nacional como valor en la Educación Musical*. [en línea] México: Editorial UNAM, IV Encuentro latinoamericano de Educación Musical, 2003. Disponible en: <http://www.analuciafrega.com.ar/> (08/04/2015 y 02/06/2015)
- FREGA Ana L. *La formación artística, una encrucijada pedagógica*. [en línea] Buenos Aires: Boletín de la Academia Nacional de Educación, N1: 42, abril 2000. Disponible en: <http://www.analuciafrega.com.ar/> (08/04/2015 y 02/06/2015)
- GARCÍA Canclini, Nestor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo, 1995. ISBN 9700505863.
- GARCÍA Canclini, Néstor. *Culturas híbridas*. Buenos Aires: Editorial Grijalbo. 1º Edición 1990. Edición actualizada, Paidós SAICF, 2001. ISBN: 9501254879.
- GARCÍA Canclini, Nestor; MONETA, Carlos Juan. *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México: Editorial Grijalbo, 1999. ISBN 9700511650.
- GARCÍA Caclini, Nestor. *Políticas culturales en América Latina*. México: Editorial Grijalbo, 3º edición, 1987. ISBN: 9700503232.
- GIL Juarez, Adriana; GUARNÉ Cabello, Blai; LÓPEZ Gómez, Daniel; RODRÍGUEZ Giralt, Israel; VÍTORES González, Anna. *Tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Editorial UOC, 2005. ISBN 9788497880145.
- GRIGNON, Claude; PASSERON, Jean-Claude. *Lo Culto y lo Popular*. Madrid: La Piqueta, 1992. ISBN: 9506022461.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

- GRIMSON, Alejandro. *Interculturalidad y Comunicación*. Buenos Aires: Norma, 2000. ISBN 9789879334737.
- HERNÁNDEZ Sampieri, R; FERNÁNDEZ Collado, C; BAPTISTA Lucio, P. *Metodología de la investigación*. México:, Mc Graw-Hill, 2° Edición, 2000. ISBN: 9701018990.
- ECO, Umberto. *Cómo se hace una tesis*. Buenos Aires: Editorial Gedisa, 2001. ISBN: 8474321379.
- MAASS Moreno, Margarita. *Gestión cultural, comunicación y desarrollo*. México: Intersecciones, 2006. ISBN 9703507581.
- ORO de, Guadalupe. *Danzas folklóricas argentinas*. Buenos Aires: Ediciones Libertador, 2008. ISBN 9789872293185.
- RINCÓN, Omar. *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Bogotá: Editorial Gedisa, 2006. ISBN: 8497841379.
- ROGLÁN Manuel; EQUIZA Pilar. *Televisión y Lenguaje. Aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico*. Barcelona: Editorial Ariel, 1996. ISBN: 8434412713.
- SERJE, Margarita; ÁVILA Penagos, Rafael; CASTRO-Gómez, Santiago; HERRERA, José; SERNA Dimas, Adrián; NARVÁEZ, Montoya, Ancizar; HERRERA, Marta; GONZÁLEZ, Jorge. *Sujeto, cultura y dinámica social*. Bogotá: Editorial Antropos Ltda, 2005. ISBN: 9589307574.
- STEVENSON Nick. *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1998. ISBN: 9505186517.
- TOMLINSON, John. *Globalización y cultura*. México, D.F.: Oxford University Press, 2001. ISBN 9789706135803.
- TYLOR, Edwuard B. *La ciencia de la cultura* En COLUCCIO, Félix. *Diccionario Folklórico Argentino*. Buenos Aires: Ediciones Corregidor, 2006, Pág. 252.



BUSINESS  
SCHOOL

UNIVERSIDAD ARGENTINA  
DE LA EMPRESA - EDDE

Universidad Argentina de la Empresa

- UNESCO. *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. [en línea] 200. Disponible en: <http://portal.unesco.org/es/ev> (14/07/2015)
- VARAGNAC, André. *Definition du folklore*. París: Société d'Éditions Scientifiques, 1938. ASIN B0000DQZNC.
- VEGA, Carlos. *Danzas argentinas*. Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas, 1962.
- VEGA, Carlos. *Las danzas populares argentinas*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Musicología Carlos Vega, 1986. ISBN 9509726036.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura: Sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona: Paidós, 1982. ISBN 9788475091938.