



ANTROPOLOGÍA
DE ORIENTACIÓN PÚBLICA:
VISIBILIZACIÓN Y COMPROMISO
DE LA ANTROPOLOGÍA

Mercedes Jabardo, Pilar Monreal,
Pablo Palenzuela (Coordinador/as)

4

POLITICAS DE DIVULGACION EN ANTROPOLOGIA: ASIGNATURAS PENDIENTES Y DESAFÍOS EN EL MUNDO CONTEMPORANEO

MARIÁN MOYA

Universidad de Buenos Aires

En los EEUU, la expresión “torre de marfil (académica)” se ha vuelto popular entre algunos antropólogos que aspiran a que la disciplina emerja, según dicen, en el “mundo real”. Pero lo cierto es que la idea de “sacar” la antropología de la academia y ponerla “afuera” es un absurdo: la academia forma parte del “mundo real”. Por lo tanto, el conocimiento construido dentro de las instituciones educativas superiores y los espacios de investigación ha de concebirse como un bien común a disposición de todos los sectores sociales.

La Antropología, además de las tareas de docencia e investigación clásicas, debe proponer a la sociedad en general otras posibilidades de interpretación y análisis –reflexivos y críticos- de la realidad cotidiana, tanto de la propia como de los “otros culturales”, puesto que contamos con las herramientas intelectuales apropiadas y aceitadas para ello. Si los antropólogos no llevan a cabo esta misión, otros –menos especializados- lo harán y se podría incurrir así en distorsiones riesgosas. En efecto, esas herramientas (conceptos, categorías, ideas) elaboradas por la ciencia antropológica podrían ser aplicadas posteriormente, por ejemplo, en la confección e implementación de políticas públicas o privadas y, por lo tanto, de alguna manera terminarían condicionando las vidas de muchos ciudadanos.

Comunicólogos, periodistas, sociólogos, pero también políticos o funcionarios hablan hoy de “multiculturalismo”, “diversidad”, “otro cultural”, “etnografía” entre muchos conceptos clave de nuestra reflexión y práctica profesional. Un ejemplo claro de distorsión de un concepto importante para la antropología es el uso acrítico, irreflexivo (e incluso, político) del término “cultura”. Hoy día, la expresión de moda es “la cultura de (poner aquí cualquier objeto, fenómeno o problema social)”: cultura de la droga, del trabajo, de la calle; hasta he

escuchado ¡“cultura de la propina” y “cultura de la basura”! Esta liviandad en el uso de nuestro concepto medular no puede pasar desapercibida para nosotros y, más aún, tenemos la responsabilidad social y la obligación ética de reflexionar, por un lado, sobre esa particular apropiación del concepto por parte del sentido común y, por otro, sobre sus usos no inocentes.

Los psicólogos han sido capaces de imponer en el lenguaje cotidiano, al menos en Buenos Aires -ciudad en la que el psicoanálisis ha tenido una extraordinaria difusión, al igual que en Nueva Cork- complejos conceptos como “inconsciente”, “Edipo”, “neurosis obsesiva”, “histérico/a” “bipolaridad”. En la actualidad, hasta los más legos en la materia estamos informados acerca de la sutil diferencia entre un “trastorno bipolar” y una depresión. Entonces, ¿por qué la sociedad en general no podría incorporar a su vocabulario cotidiano “etnocentrismo”, “relativismo cultural”, “otro cultural”, “multiculturalismo”, “diversidad” y varias otras palabras, con sus correspondientes sentidos antropológicos, y servirse de estas ideas para comprender mejor nuestro mundo (y el de los otros)? De hecho, muchos de estos términos suenan repetidamente en los medios de comunicación y en los discursos políticos. Sin embargo, los significados distan de corresponderse con los marcos teórico-conceptuales que manejamos en la disciplina antropológica, distorsionándose de esta manera su sentido y su potencial aplicabilidad como herramienta adecuada para la aprehensión intelectual de la realidad circundante.

Los únicos responsables de hacer “visible” la antropología somos los antropólogos. En los últimos tiempos en mi país, Argentina, está en auge la convocatoria de antropólogos en los medios de comunicación para opinar sobre temas cuyo tratamiento, en otros tiempos, parecía ser incumbencia exclusiva de sociólogos. De hecho, los sociólogos han estado desde siempre mejor posicionados que nosotros en el escenario público. Sin embargo, aún no es suficiente esta presencia mediática de los profesionales de la antropología para lograr una percepción y reconocimiento adecuados por parte de la sociedad respecto de nuestra profesión.

En pos de construir esta visibilidad social del antropólogo se torna necesario negociar nuestras modalidades de inserción en el ámbito público; en otras palabras, la jerga y ciertos “vicios académicos” deben ser evitados al tiempo que se torna necesaria una revisión de nuestros propios prejuicios respecto de con quiénes y para quiénes hacemos ciencia. Más abajo relataré una experiencia de trabajo con el Grupo Clarín, la corporación mediática más grande de nuestro país, pero valga aquí una breve mención sobre esta experiencia para ilustrar la necesidad de examinar las modalidades de proyección de nuestra disciplina en la sociedad y las trabas que nosotros mismos generamos frente a estas oportunidades.

El editor de clarin.com convocó a nuestro grupo para llevar a cabo la investigación etnográfica que detallaré más abajo. Tras esta convocatoria, se suscitaron una serie de discusiones, objeciones e incluso argumentaciones basadas en firmes resistencias a “transar con el sistema”; en otras palabras, a servir a intereses comerciales y corporativos que supuestamente no armonizarían con los principios éticos sobre los que “debería” basarse nuestra práctica profesional. Estas impugnaciones surgieron no sólo en la comunidad antropológica desde afuera de nuestro grupo, sino también desde su mismo seno, lo cual requirió varias sesiones de reflexión sobre la legitimidad o no de aceptar esa propuesta laboral. Tras evaluar los pro y los contra, decidimos llevar adelante el proyecto dejando bien establecidas las líneas éticas que no serían bajo ningún punto de vista negociables: no atentar contra los intereses de los “nativos”, no invadir –en pos de la urgencia periodística o del registro de lo “noticiable”- el mundo y el pensamiento del otro y hacer un uso responsable de la información obtenida, dentro de las normas éticas de la etnografía. En suma, los intereses de los nativos estarían siempre por delante de los corporativos. Sin embargo, hubo que intercambiar y negociar otros asuntos con los periodistas aunque en cierto sentido estas negociaciones pudieron ser capitalizadas finalmente como un valioso aprendizaje para nosotros, los antropólogos. En razón de la necesidad de adaptar el estilo y los contenidos a los parámetros y las modalidades de incorporación de la información del público en general, uno de los ejes que atravesó la transferencia de conocimiento antropológico fue el de “información-entretenimiento”: a la par de la

transmisión de los contenidos antropológicos, el estilo de los textos elaborados para la difusión de los resultados de la investigación a los grandes públicos debía invitar a una lectura amena, un tanto liviana y de ser posible, con algún toque de ingenio o humor. No sin esfuerzo aceptamos este desafío y nos embarcamos en una ruta de divulgación científica acorde con las nuevas modalidades de incorporación de información que demandan los medios de comunicación: instantaneidad en la transmisión del mensaje, humor, atractivo audiovisual, fragmentación de la información (brevedad), edición vivaz, dinamismo, producción del discurso sobre recursos intelectuales que fueran familiares para la audiencia: imágenes, lenguajes (oral y audiovisual), etc.

Otra de las grandes ventajas de la divulgación de la ciencia es, naturalmente, la democratización del conocimiento científico. Sin embargo, aunque suene paradójico, esta democratización debe ser sometida a cierto grado de regulación, o supervisión al menos, por parte de los investigadores. Existe el riesgo de que las interpretaciones resulten demasiado sesgadas por el sentido común de los periodistas y la nota o el artículo acabe por vehiculizar información errónea.

Por último, la divulgación es fundamental para llevar a cabo una desmitificación de la ciencia y de la tecnología en un mundo cada día más tecnologizado. Estas mistificaciones acaban por tornar inaccesible su uso a ciertos sectores (sociales, por la inaccesibilidad estructural a los recursos materiales y/o simbólicos, o etarios: muchas personas mayores temen, literalmente, involucrarse con la tecnología). De esta manera, privan a esos grupos de gozar los beneficios que trae consigo la manipulación de estas herramientas (materiales –el ordenador, por ejemplo- y simbólicas –las capacidades para operarlo) que permiten a los sujetos desarrollar una existencia bien adaptada a las necesidades del mundo contemporáneo.

1. LA DIVULGACIÓN EN LA ANTROPOLOGÍA

La transferencia del conocimiento antropológico a la sociedad en general ha sido una asignatura pendiente de nuestra disciplina. Por añadidura, una vez conseguido ese objetivo, es esperable que se

acaben las distorsionadas pero típicas asociaciones de antropólogos con dinosaurios, “huesitos” o, por ejemplo, con el simpático personaje pero que sólo restituye una versión romántica y “aventurera” de la práctica de la arqueología: Indiana Jones. Esta idea errónea respecto de nuestro campo de incumbencias puede hasta dejarnos excluidos de espacios laborales por desconocimiento e ignorancia de nuestras capacidades profesionales por parte de los potenciales empleadores (estatales o privados).

Por otra parte, dado que la divulgación del conocimiento científico no puede ser neutral (especialmente en ciencias sociales, aunque las ciencias naturales tampoco estén exentas de permeabilidad ideológica), es imperioso definir marcos ideológicos y conceptuales desde los cuáles se construirá este tipo particular de discursos. En el caso del trabajo en y/o con medios de comunicación, habrá que respetar, seguramente, alguna línea editorial que el investigador-divulgador evaluará si acuerda o no con sus propios intereses y objetivos a la hora de difundir la información. Además, han de establecerse los siguientes ítems: los objetivos de la divulgación, quiénes serán los destinatarios, el canal por el cual se llevará a cabo la divulgación y el tipo de lenguaje/modos discursivos/ que será empleado. Es decir, tanto los aspectos formales de la construcción del discurso como los contenidos del mensaje serán cuidadosamente diseñados.

Algunos académicos sostienen que es necesario “bajar el nivel del discurso”. Sin embargo, no se trata de elaborar un texto (escrito o visual) de “menor calidad” que el texto académico, sino de adaptar estos textos para ser difundidos entre las audiencias esperadas. Las más de las veces este tipo de escritura presenta verdaderos desafíos al científico, acostumbrado al empleo del enrevesado y aún críptico lenguaje académico. Este estilo, en el peor de los casos, ni siquiera es comprendido por los propios colegas y el resultado es que los trabajos no circulan y el mensaje y los resultados de la investigación terminan archivados o directamente arrumbados en un cajón de la institución de turno o en el ordenador del propio autor.

Los aspectos arriba mencionados –objetivos de la divulgación, destinatario, marco teórico-conceptual, lenguaje y canal de

divulgación- deben considerarse a lo largo de todo el proceso comunicacional que supone esta práctica. Este proceso abarca las fases de planeamiento, análisis, elaboración del producto, su evaluación y culmina recién en el feedback obtenido por parte del destinatario.

Tal desarrollo es ostensible en el caso de los textos audiovisuales con fines de divulgación, quizás el medio más accesible para la transferencia de conocimiento antropológico a una audiencia general, gracias a la alfabetización visual espontánea que nos demandan los medios y que hoy día compartimos todos.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de la divulgación es propiciar la accesibilidad de todos los sectores de la población al conocimiento científico en general y antropológico en particular. Entre los objetivos secundarios, podemos mencionar:

- Estimular el diálogo entre científicos y técnicos con el resto de la sociedad.
- Equiparar la divulgación del conocimiento antropológico a las tareas de investigación y docencia
- Entrenar a los investigadores en una puesta a punto de sus herramientas expresivas, de modo tal que sean accesibles a públicos masivos
- Incorporar técnicas comunicacionales alternativas a la escritura y el discurso oral (lenguaje audiovisual, herramientas informáticas para el uso de los recursos multimedia e Internet, etc.)
- Estimular el intercambio de información y propiciar un diálogo fluido entre los profesionales de la comunicación y los científicos sociales.
- Recibir asesoramiento de los profesionales de medios para conocer formatos, estilos, estrategias comunicacionales, etc. disponibles y maximizar así los recursos para la divulgación.

- Asesorar a instituciones estatales y privadas en la creación de espacios ad hoc y alentar la formación de recursos humanos especializados en la divulgación científica como asunto prioritario. Reflexionar acerca de la necesidad de generar espacios de formación para la profesionalización de divulgadores de la ciencia social.
- Diseñar y aplicar mecanismos de evaluación y/o control de la información que se publica en los medios para evitar distorsiones y errores en los contenidos científicos.
- Incluir en las agendas estatales y privadas la divulgación de conocimiento científico como prioridad.

3. ASPECTOS FORMALES

Lenguajes: adaptados a los distintos niveles de escolaridad, periodístico, etc.

Formatos: textos escritos y audiovisuales (pueden emplearse géneros de ficción o no ficción, de acuerdo al contexto de difusión y los objetivos), textos multimedia, posters, etc.

Canales: medios de comunicación (estatales, privados, comunitarios, etc.), clases y/o eventos especiales en todos los niveles educativos, charlas y seminarios en sindicatos, sociedades de fomento, empresas, comedores comunitarios, etc.

Destinatarios: audiencia general, estudiantes primarios, secundarios, universitarios, obreros, empleados, funcionarios, amas de casa, en suma: todos.

4. CONTENIDOS

Los contenidos estarán naturalmente vinculados con resultados de investigaciones antropológicas y etnográficas. Por otra parte, sería interesante llevar a cabo un análisis exhaustivo de las modalidades de apropiación y aplicación de conceptos provenientes de la antropología, por ejemplo, en las agendas de organismos internacionales (ONU, OEA, OIT, etc.), ONGs, organismos

gubernamentales locales (en todos los niveles: nacional, provincial, municipal), corporaciones, etc. Entre otros podemos mencionar ciertas argumentaciones sobre multiculturalismo, diversidad, el “otro cultural” y muy especialmente el recurso de la “cultura” con el fin de soslayar problemas políticos. Las “guerras étnicas”, por ejemplo, ¿corresponden a un fenómeno cultural, étnico –tal y como lo plantean generalmente los medios de comunicación hegemónicos- o son el resultado de profundas desigualdades socioeconómicas y razones políticas? Si se trata de un asunto político y económico antes que cultural, entonces “étnicas” sería un eufemismo para soslayar esas causas estructurales y estaríamos frente a un uso político de lo cultural. Los antropólogos tenemos la responsabilidad de plantear estos temas y orientar la discusión correspondiente ante y con la opinión pública.

Otro asunto de incumbencia antropológica es el fenómeno migratorio, el cual debe ser abordado de acuerdo a los contextos diferenciales de aparición del fenómeno. No presenta las mismas características la migración con dirección periferia-centro que periferia-periferia, por ejemplo. Estos procesos, además, nos llevan a cuestionarnos a los antropólogos cambios dentro de la misma disciplina. Anteriormente, los antropólogos de los países centrales buscaban a su “otro exótico” afuera de sus fronteras: hoy los tienen dentro; mientras que los antropólogos de las periferias –las llamadas “antropologías nativas”- tradicionalmente hemos aplicado de manera mecánica instrumentos teóricos y metodológicos foráneos (provenientes de los centros de producción mundial de la disciplina) de manera acrítica y con resultados no siempre alentadores. Por cierto, estos temas exceden los objetivos del presente trabajo, pero cabe mencionarlos puesto que hacen también al desarrollo y la proyección de nuestra disciplina respecto de los problemas que acucian a nuestro mundo contemporáneo.

En las páginas que siguen, se incluye el relato de una experiencia, sostenida a lo largo de varios meses, de divulgación de la antropología en el diario Clarín de Buenos Aires, en su versión digital. Sirva este relato para ilustrar los puntos arriba desarrollados.

5. UN EJEMPLO DE SIMULTANEIDAD ENTRE CONSTRUCCIÓN Y TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO: UNA EXPERIENCIA DE INVESTIGACIÓN COMPARTIDA CON CLARIN.COM

El desarrollo mediático y los imperativos culturales impuestos por la era digital obligaron a la antropología a considerar seriamente este campo de percepción y representaciones. Los medios, las tecnologías y los discursos audiovisuales constituyen hoy una parte fundamental de la cotidianidad de los grupos sociales y están imbricados en los universos de significación, las situaciones políticas y las circunstancias económicas de esos grupos.

Internet no es un mero medio de comunicación, sino un dispositivo integrado a la vida cotidiana, un lugar de encuentro y de establecimiento de nuevas formas de sociabilidad. En este sentido, nos propusimos desarrollar una investigación antropológica anclada en el campo de lo audiovisual y de lo virtual, involucrando diversidad de soportes y lenguajes (textos escritos, imágenes, sonidos).

Uno de los objetivos generales de este proyecto fue desarrollar una experiencia transdisciplinaria de reflexión y producción de sentidos, entre la antropología y el periodismo, complementando las miradas y objetivos de cada disciplina: la antropología, aportando profundidad y contenidos científicos, y el periodismo, garantizando la llegada al público masivo.

Un dato importante es que se trata una investigación que fue solicitada por un medio periodístico de alcance masivo: *clarín.com*, el sitio de Internet vinculado al periódico Clarín. El Grupo Clarín es el principal multimedia de la Argentina; reúne publicaciones gráficas, radio, televisión por aire y cable, producción audiovisual e Internet. Los sitios del Grupo Clarín reúnen más de la mitad del caudal de visitas a sitios argentinos en la red. Las empresas en las que participa emplean a alrededor de 8000 personas y poseían, a fines de 2003, una facturación anual conjunta de aproximadamente \$ 1850 millones. El periódico, en su edición de papel, es el de mayor tirada en Latinoamérica (<http://www.grupoclarin.com/content/origen.htm>).

Lo interesante de esta experiencia, en primer lugar, es que Clarín salió a buscar a la antropología, destacando nuestra disciplina por sobre la sociología y los estudios de mercado. Reconoció la potencialidad antropológica de su llegada al “otro” y en la construcción de una mirada diferente, en profundidad y más ligada a la “carnadura” de lo social (es decir, sin caer en el distanciamiento abstracto de las estadísticas propiciadas tradicionalmente por la sociología o los estudios de mercado).

Las características que adoptó el trabajo etnográfico permearon los cánones de la etnografía clásica en varios aspectos:

- La incorporación de un formato audiovisual (el trabajo de campo se basó tanto en la observación participante y entrevistas como en registros videográfico y fotográfico) y
- La incorporación de un formato virtual (a través de la publicación periódica de avances y resultados parciales de la investigación en un weblog creado ad-hoc dentro de la página principal de clarín.com).

Las antropologías visual y virtual apuntan a generar formas alternativas de transferencia del conocimiento científico, diferentes y complementarias a la habitualmente empleada por el antropólogo: el texto escrito en soporte de papel. La posibilidad de la difusión de los resultados, y aún de abrir el proceso de investigación durante su desarrollo a un público más amplio y no necesariamente especializado, implica pensar nuevas formas de transferencia.

Los nuevos parámetros de periodismo en medios electrónicos involucran la transmisión de noticias en videos, galerías de fotos, archivos de audio, elementos que se agregan a los medios textuales, transformando desde adentro sustancialmente las formas de comunicación tradicionales.

El hecho de que el diario digital más importante del país encargara esta etnografía no tradicional condicionó el proceso de investigación y cada una de las instancias de trabajo (desde el diseño, los objetivos, el equipo de investigación, las limitaciones temporales, el trabajo de campo, el análisis del material, la presentación de resultados).

La propuesta periodística garantizaba una amplia difusión de nuestros trabajos en un medio de alcance masivo. Pero además, a partir del requerimiento de *clarín.com* de generar desde el material de nuestra investigación contenidos pasibles de ser publicados como notas periodísticas, vislumbramos la posibilidad de valernos de una herramienta propia del medio –el weblog- y lo evaluamos como una buena oportunidad para testear esta modalidad diferente de hacer etnografía. El weblog o blog correspondiente a esta investigación puede visitarse en <http://weblogs.clarin.com/mundolocutorio/>.

“Los weblogs se presentan como un nuevo modelo de comunicación alternativo a los mass-media tradicionales”, afirma A. Estalella¹. El weblog fue pensado aquí como un dispositivo metodológico constitutivo de la investigación, merced a la posibilidad de obtener un feedback casi inmediato de los lectores de *clarin.com*. El feedback fue incorporado como información de campo, en este caso “virtual”. La posibilidad de recibir comentarios de público especializado (colegas, conocidos y desconocidos, quienes en su mayoría utilizaron el e-mail como canal de comunicación) y en general (usuarios de *clarín.com* interesados en la temática Internet, a través de la opción “comentarios” dentro del weblog) demanda tener presente a lo largo de todo el proceso de investigación al público destinatario, a diferencia de una investigación antropológica tradicional, en la que uno/a recién piensa acerca de quién será el lector esperado (generalmente colegas que comparten nuestro mismo universo de sentidos y códigos expresivos) en el momento de redactar nuestras monografías o informes finales.

El medio periodístico virtual exigió la presentación de los textos (palabras, imágenes y videos) en lenguajes acordes con el estilo periodístico –más llanos y accesibles. Debimos para ello dejar a un lado la complejidad propia de la redacción académica. Fue necesario adecuar el lenguaje al estilo laxo, más coloquial, propio de la blogósfera². Por otra parte, la disponibilidad de un espacio reducido

¹ A. Estalella (2005: 22).

² El término “*blogósfera*” se refiere al sistema compuesto por todos los blogs en la red – con sus entradas, comentarios, enlaces, registro de visitas, etc.– y las relaciones sociales que se entablan en torno a ellos.

para subir las notas subidas a modo de posts³, y la periodicidad en las frecuencias (ya que un blog por definición es algo que se actualiza constantemente: cada 3 ó 5 días como mucho, si no diariamente) generó limitaciones y exigencias desconocidas para la antropología “clásica”. Una de las ventajas que brindan los weblogs es la posibilidad de volver a modificar una entrada: no hay algo que quede fijado definitivamente en una nota que fue publicada ya que existe la posibilidad de reeditar y volver a publicar cuantas veces se desee.

Los posteos con contenido antropológico tuvieron una muy buena respuesta de los lectores. Muchos se interesaron en la disciplina y transmitieron sus dudas y comentarios al respecto, festejando la iniciativa de socializar este saber. Como ejemplo de comentarios posteados en el blog que expresan este interés en la antropología, reproducimos los siguientes⁴:

“Es muy interesante el trabajo que están haciendo, además que hace un tiempo sigo el tema. No sé si saben, pero hay otro blogger de Clarín, uno que se llama Juan Pablo Meneses (llegué al blog de ustedes por entrar al de él) y que hace un tiempo entrevisté en Chile cuando vino a hablar de Periodismo Portátil. Él cuenta que escribe sus artículos y un libro en su oficina portátil, que son los cibercafés de diferentes ciudades del mundo. Quizás les sirva el dato”.

Publicado por: Mariana | Mayo 30, 2007 3: 13 PM

“Hola,

Vengo siguiendo a Mundo Locutorio desde el inicio aunque nunca les envié un comentario. He notado últimamente un giro en la temática; ahora veo que se

³ “Postear” es la acción de enviar un mensaje a un grupo de noticias, foro o blog. Los mensajes publicados e incluidos en el servidor son llamados “post” (mensaje, artículo) y se van agregando a medida que son “posteados” por el autor. De esta manera, el mensaje más reciente será el que encabezará la lista de posts y el más antiguo estará al pie de la misma.

⁴ Hemos respetado el estilo de escritura de Internet: rápido, sin correcciones, más cercano a la espontaneidad del lenguaje coloquial. No hemos modificado, entonces, los comentarios originales, manteniendo los textos tal cual fueron recibidos, así estuvieran plagados de términos inventados por el autor y/o errores tipográficos, gramaticales o de ortografía.

tratan temas más "pragmáticos" como diría un ex-presidente (y ex presidiario lamentablemente). Tal vez a consecuencia de preguntarse si era negocio tener un ciber, ahora los estén inundando con datos sobre el negocio y no sería extraño que alguno aproveche el espacio para ofertar: "mencionando este blog, 30% de descuento en tu primer hora de navegación". Por favor no tomen a mal esto que escribo, pero me parecieron muy buenos los primeros post donde definían para el común de la gente lo que estudia la antropología (como para desasnar a los que relacionabamos al tema solo con huesos y pirámides). Veo interesante que se muestre lo que hace cierta "fauna" en particular en determinado ámbito y ahora entiendo mejor que eso lo puede hacer un antropólogo social. De paso, piensan abordar otros temas además de Mundo Locutorio?

“Bueno, no quiero darles más lata. Sigán así (como al principio) y vean si es necesario corregir el rumbo en lo que les menciono. Saludos”.

Publicado por: Marcos | Mayo 18, 2007 10: 10 AM

“Estimadas Marián y Camila.

Voy a lo, supuestamente, "importante": contactarme con dos investigadoras que piden les envíen comentarios, preguntas, fotos y demás sobre su trabajo de investigación en curso.

Medianamente les acepto –y por... tres razones– esta "invitación". Las veamos:

Tengo conocimientos de antropología social.

La fotografía es, también, una de mis "debilidades".

Si bien no estoy "anclao" en Jujuy, es en esta provincia (y en los pueblos de su Qda. de Humahuaca) donde transcurre la mayor parte mayor parte de mi existencia.

Dicho lo anterior, mi presentación, les comento que MUCHO me interesó enterarme de "la novedad" de

Mundo locutorio, aunque lo lea en Clarín (madio al que muy de vez en cuando le doy una rápida ojeada). Pero lo más importante, para mí, de esta NOVEDAD antropológica es ese "pedimento" de APORTES (comentarios, fotos y demás) que hacen.

Con afecto. J.C.”

Publicado por: J.C. | Mayo 6, 2007 6: 55 PM

“(…) Bien, creo que mas o menos esta es mi experiencia en cyber. Me encanta el blog, y sigo pendiente de los resultados!

Saluti a tutti! Marisa”.

Publicado por: marisa | Mayo 4, 2007 8:00 AM

“Me parece muy didactica y entendible la manera como acercan al comun de las personas, el papel de la disciplina antropologica, lo cual le quita ese velo mitico que esta posee. Ojala lo hicieran con otras disciplinas estudiosas de la sociedad y sus individuos como la sociologia, la psicologia social, entre otras.”

Publicado por: juan pablo zapata | Mayo 29, 2007 8: 44 PM

“Muy buen artículo escrito con mucha claridad.

Sigan adelante.

Sería bueno podr ir viendo los avances y el alcance del trabajo que están haciendo.”

Publicado por: Cristina | Mayo 6, 2007 7: 32 PM

“gracias por la claridad muchachos. Sigamos hacercando (sic) diferencias.”

Publicado por: Rodrigo | Mayo 6, 2007 10: 29 AM

“Un artículo de lujo.

Me alegraría que sigan escribiendo así, con precisión, sin circunloquios sabelotodos.

Así nos desburrarnos muchos. Gracias.”

Publicado por: Marita Ayosa | Mayo 3, 2007 12: 22 PM

Al día de hoy, ya cerrado el blog por haber finalizado la investigación etnográfica, siguen llegando comentarios a mi casilla de correo electrónico; algunos solicitan la reapertura del blog; otros, la ampliación de información sobre la antropología y otros más continúan comentando las “entradas”, aún accesibles en la sección de archivos de blogs en el diario virtual.

La visibilidad que cobró socialmente la antropología en el marco de esta experiencia demuestra que nuestra disciplina es capaz, efectivamente, de suscitar el interés general y promover la reflexión sobre estos temas entre el público general. Por eso creemos que la responsabilidad de que esta visibilidad se expanda depende sólo de nosotros, los antropólogos, y debemos cultivar para ello una actitud abierta, dejando prejuicios a un lado (especialmente hacia los medios masivos o las corporaciones en general) para darnos la oportunidad de ensayar formas alternativas y más eficaces de llevar a cabo la transferencia de nuestro conocimiento, además de la posibilidad de obtener un feedback por parte de los no-antropólogos y el reconocimiento social que la antropología tanto necesita.

CONCLUSIONES

La experiencia capitalizada a partir de este emprendimiento de divulgación de la antropología (articulado con un proyecto de investigación) puede resumirse en los siguientes puntos:

- Un aprendizaje acerca de cómo llevar a cabo negociaciones “fuera de la academia”: fue necesario adquirir estas habilidades para aprender a moverse con otra lógica, ajena al espacio presuntamente seguro que representa la “torre de marfil” académica.
- El ejercicio de una real interdisciplinariedad con un universo de actores sobrevalorado socialmente: el de los periodistas y a la vez, aprender a adaptarse y negociar con otras lógicas y percepciones de la realidad que en ocasiones entraban en conflicto con la nuestra.

- La visibilidad que pudo adquirir socialmente la antropología.
- La posibilidad de obtener un feedback inmediato de la sociedad en relación con un proyecto antropológico (lo cual representó una buena oportunidad para cotejar y verificar el impacto social de nuestra disciplina).
- El reconocimiento social de la antropología como disciplina apta para el análisis sociocultural de los fenómenos sociales en un mismo nivel de legitimidad que la sociología o la economía de mercado.

Creo entonces que las posibilidades de la antropología en la era digital son inconmensurables. Estamos ante una coyuntura histórica especialmente favorable para ampliar los horizontes de la antropología, redefinir nuestro quehacer y aprovechar creativamente estos nuevos espacios para proyectarnos en forma masiva hacia la sociedad mayor.

BIBLIOGRAFÍA

APPADURAI, Arjun (2000) “La aldea global” en *La modernidad descentrada*. México: Fondo de Cultura Económica.

ARDEVOL, Elisenda et al.(2003) “Etnografía Virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea” en *Athenea Digital*. Nro.3 Primavera.

BONFIL OLIVERA, Martín (2003): “Una estrategia de guerrilla para la divulgación: Difusión cultural de la ciencia”. Ponencia para el *Primer Taller Latinoamericano Ciencia, Comunicación y Sociedad*. Centro Nacional de Alta Tecnología, San José, Costa Rica, 24-26 de noviembre, en <http://www.cientec.or.cr/comunicacion/ponencias/MartinBonfil.pdf>

ESTALELLA, Adolfo (2005) “Weblogs. La utopía de una propuesta alternativa a los Mass-Media” en ARDEVOL E. y GRAU J. (eds.) *Antropología de los Media*. Ponencias del *X Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español* (FAAEE), Sevilla, Septiembre.

MOYA, M. y C. ALVAREZ (2007) “La Antropología en la era digital. Una experiencia de investigación compartida con clarín.com”, ponencia presentada en la *VII Reunión de Antropología del Mercosur (RAM)*. Porto Alegre.

TAGUEÑA, J., C. ROJAS y E. REYNOSO (2006) “La divulgación de la ciencia en México en el contexto de la América Latina”. Ponencia presentada el Primer *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS+I*. México DF, 19 al 23 de junio. <http://www.oei.es/memoriasctsi/simposio/simposio04.pd>.