



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

*Tesina de grado
Lic. En Comunicación Social*

Analizar de qué manera el perfil @flordegineco construye sentido a través de la producción de discursos sobre salud y como esos discursos forman parte de una red que producen efectos sobre quienes lo emiten y quienes lo reciben, en Instagram (mes de marzo y diciembre de 2020)

Alumna: Castillo Lara María

Legajo: C- 3291/3

Directora de la Tesina: Araceli Colombo

Fecha: Rosario, febrero 2024

Agradecimientos

A mamá y papá, por el sacrificio, por creer en mí siempre, por el apoyo y amor incondicional

A mi hermano, por la compañía y la paciencia

A Andrés, por enseñarme a no bajar los brazos nunca

A mis amigas y amigos, por la contención, la motivación y las experiencias compartidas

A mi tutora, Araceli Colombo, por acompañarme y guiarme de manera amorosa y empática, en este complejo proceso de escritura de tesina.

A la querida Universidad Pública y, en especial, a la fcpolit por permitirme estudiar, conocer y vivenciar nuevos mundos. Y por hacer de mi paso, un recuerdo feliz.

Índice

1. Presentación	4
1.1 Introducción	4
1.2 Objetivo general	7
2. Marco teórico	8
2.1 Sociedad red y tecnología	10
2.3 Comunicación social de la ciencia	17
2.4 Concepto de red y redes sociales	21
3. Marco metodológico	27
3.1 Red social Instagram	28
3.2 Estudio del caso	33
4. Conclusión	47
5. Bibliografía	50
6. Anexo	51

Presentación

Introducción

Planteo como objeto de estudio de mi investigación la manera en que construye sentido el perfil @flordegineco a través de la producción de discursos sobre salud y cómo esos discursos forman parte de una red que producen efectos sobre quienes lo emiten y quienes lo reciben en Instagram, durante marzo y diciembre de 2020.

El tiempo elegido para llevar adelante mi investigación tiene que ver con un hecho históricamente significativo como lo fue la Pandemia del covid-19. Según la OMS, “pandemia significa que la epidemia se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, y que afecta a un gran número de personas”. Vale destacar, que se trató de un virus altamente contagioso y de una situación sin precedentes. Lo que generó, en consecuencia, la ausencia de consultas médicas presenciales debido al confinamiento que vivimos y, asimismo, un incremento del consumo en redes como la única manera de relacionarnos, educarnos, entretenernos, ya sea sobre cuestiones relacionadas a la salud como también sobre otras cuestiones de la vida cotidiana.

Según el informe Digital 2021 elaborado por Hootsuite y We are social, “2020, año marcado por la pandemia de Covid-19 cierra con un crecimiento significativo del uso de la red de redes. Casi un 60% de la población mundial, 4.660 millones de personas, son usuarios de Internet, lo que supone un 7,3% más respecto a hace un año. Además, ahora hay 4.200 millones de usuarios de redes sociales, lo que representa un crecimiento interanual de más del 13% (490 millones de usuarios nuevos)”.

La elección de este objeto de estudio responde a la necesidad de dar cuenta sobre la relevancia que tienen la construcción de mensajes en redes para que la comunicación como tal, resulte efectiva, pueda circular por públicos masivos, se trate de información útil, valiosa, apropiada y dé lugar a aprendizajes y a construcciones de conocimiento en conjunto.

Es conveniente presentar a la comunicación no como mera transmisora de información, sino desde una perspectiva interactiva, es decir, como una cuestión dialógica, que posibilite la participación ciudadana a partir de experiencias e historias compartidas.

Citando a María Soledad Casasola (2018) “las redes sociales, son escenarios en donde la comunicación de la ciencia fluye ofreciendo diversidad de enfoques a problemáticas comunes”, (p 139).

Desde este paradigma, “la comunicación se aborda como un proceso, y no un acto, de interacción y de transformación continua, individual y social. Comunicar es más

que transmitir. Es participar, actuar y conectarnos en un mundo en el que a veces, el desarrollo tecnológico nos acerca” (María Soledad Casasola, 2018, p 139).

Teniendo en cuenta lo mencionado por Fabbri, la recepción de un mensaje nunca es pasiva, porque la comunicación no es un "hecho transparente" aislado de su contexto, juegan en ellas muchos otros condicionantes que permiten la inteligibilidad de esta acción. Por eso es importante reconocer al contexto de pandemia como determinante para la explosión, expansión y crecimiento del perfil @flordegineco, como otros condicionantes, asimismo, que estudiaremos más adelante, analizando la construcción de sentido que ella hace por medio de la producción de discursos sobre salud en Instagram.

Así como mencionamos anteriormente, que la manera de comunicarnos y relacionarnos se va transformando porque tiene que ver con el contexto en el que nos encontramos, con la influencia de cuestiones socio-culturales que van sucediendo y que resultan inherentes a la sociedad, la medicina, como ciencia también.

Según la Real Academia Española (RAE) la medicina se define como: “Conjunto de conocimientos y técnicas aplicados a la predicción, prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades humanas y, en su caso, a la rehabilitación de las secuelas que puedan producir”. Y, además, la práctica médica gira en torno a la relación médico-paciente, como parte fundamental para que la acción médica intervenga en la necesidad del “paciente”. Relación que histórica y socialmente impuso roles bien determinados, estructuras jerarquizadas y relaciones de poder.

Con la aparición de las Tecnologías de la información y comunicación (TICS) el rol del paciente ya no es pasivo, ahora se habla de agente, porque la información y el conocimiento en la web lo han ido empoderando. Hasta el momento, consistía en una relación de comunicación unidireccional, desde el médico al paciente. Actualmente, así la medicina como tal, se han ido transformado y adaptando a otros roles, con otros paradigmas, a nuevos escenarios y a las nuevas realidades.

En la sociedad actual se reconoce el papel desempeñado por las tecnologías de la información (TICS) como núcleo central de una transformación dimensional que experimenta la sociedad, de aquí lo importante que es el estudio y dominio de las influencias que tal transformación impone al ser humano como ente social, ya que tiende a modificar no sólo sus hábitos y patrones de conducta, sino, incluso, su forma de pensar, trabajar y educarse (Las tics, su origen- evolución y aportes a la educación, s.f).

La investigación me parece importante ya que refiere al análisis de discursos sobre educación sexual, salud ginecológica, derechos y cuidados pocos conocidos, compartidos o conversados en relación a las mujeres. Además, considero que el perfil @flordegineco brinda herramientas en salud generando debates enriquecedores, para así proponer estilos de vida más saludables.

También, tiene que ver con estudiar el modo en que los mensajes se configuran a través de las redes sociales, teniendo en cuenta que, en este caso Instagram, son vías de comunicación rápidas, instantáneas, públicas y participativas, donde es apropiado que, a la hora de comunicar, educar y acceder a ellos, se trate de información útil y apropiada, en particular, si es sobre salud.

Por último, teniendo en cuenta que es un tema bastante actual de investigación, donde no se cuenta con tantos antecedentes relacionados a la temática en cuestión, me resulta interesante indagar ya que, día a día vemos como las redes sociales son espacios cada vez más cercanos, transitados, consumidos, cotidianos y, por lo tanto, más interesantes a analizar.

Palabras claves

Redes sociales – Discurso – Instagram - Salud femenina – Influencer - Ciencia y Comunicación.

Objetivo general

Analizar de qué manera el perfil @flordegineco construye sentido a través de la producción de discursos sobre salud y como esos discursos forman parte de una red que producen efectos sobre quienes lo emiten y quienes lo reciben, en Instagram.

Objetivos específicos

- Interpretar el modo en que, en el feed de @flordegineco, se comunica salud por medio de diferentes recursos, como ser texto e imagen.
- Identificar la participación activa de las usuarias y demostrar de qué forma el discurso de salud en Instagram genera una mejoría en su calidad de vida.
- Mostrar la comunicación ginecológica vía Instagram como voz informativa válida.

Marco teórico

La llegada de internet, hace ya mucho tiempo, generó un antes y un después en las diferentes comunidades, sobre todo porque abrió paso a una nueva manera de comunicarnos y relacionarnos. Actualmente, resulta ser un componente indisoluble de la vida cotidiana de millones de personas.

Manuel Castells (2014), reconocido sociólogo y profesor español, lo define como: “una red global de redes informáticas, que actualmente operan sobre todo a través de plataformas de comunicaciones inalámbricas, nos proporciona la ubicuidad de una comunicación multimodal e interactiva en cualquier momento y libre de límites espaciales” (p.10).

Por otro lado, Roberto Igarza (2012), en el texto Internet en transición, donde habla sobre cultura, convergencias tecnológicas y acceso, menciona que:

Somos contemporáneos de una formidable transformación en las formas de producción y distribución de contenidos culturales. Día a día se multiplican los dispositivos, los programas y las formas de conectividad. Quizás, en términos de cultura y comunicación, la consumación de la “era de la técnica” tenga un nombre: Internet (p.2).

Y dentro de ese escenario que, mencionamos anteriormente, surgieron también, las redes sociales. Un medio de comunicación e información que da la posibilidad, no solo de conectar personas, de manera totalmente inmediata, a través de espacios virtuales, sin importar en qué lugar del planeta se encuentren, sino que, además, son lugares de encuentro, entretenimiento, educativos, laborales, entre tantos otros. Las redes sociales, se han vuelto, casi como una parte indispensable para la vida diaria de las personas.

De acuerdo con datos de We are Social (2021), Argentina se ubica séptima entre los países donde más tiempo se dedica a las redes: 3,35 horas por día.

Un informe de Statista (2021) indica que hay aproximadamente 34,46 millones de personas que utilizan las redes sociales en Argentina y se espera que la cifra supere los 40 millones para el 2026.

Los usuarios tienen un tiempo promedio de nueve horas y media de uso diario de internet, según el informe anual realizado por Hootsuite y We are social. Las plataformas sociales que inicialmente fueron utilizadas para la comunicación, tomaron nuevos caminos.

Según Manuel Castells (2014), efectivamente vivimos en una nueva estructura social, la sociedad de las redes globales. Y define nuestra sociedad como una sociedad en red:

Una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales. Esta estructura social propia de este momento histórico es el resultado de la interacción entre el paradigma tecnológico emergente basado en la revolución digital y determinados cambios socioculturales de gran calado (p.12).

No se trata de un cambio meramente tecnológico. Sino de una reinterpretación de las relaciones en sociedad, atravesadas por cambios de diversa índole. Por un lado, los vínculos culturales y personales configurando la vida en comunidad y, por otro lado, los intereses, valores y proyectos individuales.

Otra de las autoras que estudia y analiza los cambios que han ido transcurriendo a lo largo del tiempo con internet, las redes sociales y la sociedad es la investigadora holandesa Van Dijk. En el texto "Cultura de la conectividad" menciona cómo internet nos cambió la vida.

Actualmente, resulta común escuchar hablar de la circulación de datos, de información gubernamental clasificada y sobre el avance de las corporaciones tecnológicas. Nos atraviesa la transformación en la manera de vincularnos y comunicarnos desde lo afectivo, con las redes sociales. El notable y constante incremento de la exposición de la vida privada de las personas. Llegado el punto de pensar que lo que no está online no existe. Así como también, la monstruosidad de la industria del entretenimiento y de los efectos positivos y nocivos de habitar estas plataformas (Van Dijk, 2016).

La autora (2016), "No supone que estamos cada vez más conectados *en red* y *a la red*, sino que esta se vuelve un modo de estructurar una forma inédita de estar con otros, y produce una "socialidad conectada". Agrega que no somos los mismos que antes de la aparición de las redes sociales (p.7).

Muestra cómo hoy en día los medios conectivos avanzan cada vez más sobre diversos factores de las conexiones humanas, codificándolas como datos y convirtiéndolas en mercancías que producen valor. Esa capacidad de la nueva socialidad online supone una ruptura revolucionaria, cuyas consecuencias no terminamos de avizorar (Van Dijk, 2016; p.16).

Sociedad red y tecnologías

Es importante hacer un recorrido por la historia para entender el surgimiento y evolución de las tecnologías y la relación con la sociedad.

Según Van Dijk (2016), a principio de los años 60 las computadoras y tecnologías de la información eran de procedencia dudosa y concebidas como instrumentos de control al servicio de los grandes aparatos gubernamentales y grosas corporaciones. Recién a fines de los 70 se las empezaba a pensar como herramientas de empoderamiento y liberación.

Posteriormente, en los años 90 surge un nuevo fenómeno, que es la WEB. Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución (2022) explica: “WEB (*World Wide Web*, o *www*), es un conjunto de documentos (webs) interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet que se pueden comunicar a través de la tecnología digital”. Teniendo en cuenta que la web no es lo mismo que Internet.

Internet es la red de redes donde reside toda la información, siendo un entorno de aprendizaje abierto. La web es un subconjunto de Internet que contiene información a la que se puede acceder usando un navegador. Tanto el correo electrónico, como Facebook, Twitter, wikis, blogs, juegos, etc. son parte de Internet, pero no la web (Art. de la Hera, 2022).

La WEB es un “organismo vivo y, como tal, evoluciona”. Hasta la actualidad hemos tenido WEB 1.0 2.0 3.0 y se habla hasta de una web 4.0.

En la Web 1.0, que fue la primera, sólo se podía consumir contenido. Es decir, que se trataba de información a la cual podías acceder, pero no interactuar. Era unidireccional.

En cambio, en la web 2.0, que nace en el cambio de milenio, 2000, admite formas de comunicación ida y vuelta, bidireccionales. Permite compartir información, contiene blogs, comentarios, plataforma de mensajería instantánea y luego, el desarrollo de las redes sociales.

Según diversos estudios en el tema, en este nuevo siglo el protagonista es el usuario. Cada vez más personas se conectan, interactúan, colaboran, crean contenido, desarrollan nuevas plataformas y comparten información con otras.

Van Dijk (2016) menciona que “Las nuevas plataformas interactivas entraron en escena con la promesa de convertir la cultura en un ámbito más “participativo”, “basado en el usuario” y “de colaboración” (p.18).

Aquellos que antes, en la web 1.0 eran servicios genéricos online, con el cambio de milenio, se convirtieron en vehículos interactivos que abrieron paso a una nueva infraestructura global, en red.

Debemos comprender que los medios sociales han ido evolucionando en el tiempo, en simultaneo con los públicos que los utiliza. Lo que significa, que las tecnologías de la comunicación evolucionaron, también, como parte de las prácticas sociales cotidianas. De hecho, muchas de las plataformas que existen fueron creadas a partir del intercambio de contenido o creativo entre grupos de amigos.

A medida que la web 2.0 crece y se consolida, mayor es el número de personas y usuarios que planifica y realiza actividades en entornos online. Anteriormente, las plataformas eran utilizadas como un canal conductor, como un medio para un fin. Actualmente, son el fin en sí mismo.

Resulta una falacia creer que las plataformas no hacen más que *facilitar* las actividades en red; por el contrario, las plataformas y las prácticas sociales se constituyen mutuamente. La socialidad y la creatividad son fenómenos que ocurren mientras las personas están ocupadas en su vida cotidiana (Van Dijk, 2016, p. 13)

Vivimos como en una realidad virtual. Muchas de las cuestiones que tienen que ver con nuestra intimidad y con hábitos cotidianos para relacionarnos con otros, actualmente están mediados por los medios sociales. Charlar con amigas, ver fotos de vacaciones, jugar, trabajar, estudiar, escuchar música, leer un libro, hacer gimnasia, entre otras.

Y no sólo que están mediados, sino que están expuestos de manera pública y duradera a través de las redes sociales. Es cada vez más fina la línea que separa lo público de lo privado.

Esta arquitectura de participación promueve una gestión del conocimiento y un acceso a la información más democrático y abierto. Las redes sociales (RR.SS.), hijas dilectas de la Web 2.0, sustentan sus esquemas comunicacionales sobre modelos en los que se desdibuja la división tradicional de emisor/receptor (Casasola, 2018, p.136).

Siguiendo a la autora, podemos pensar que frente a la capacidad de que cualquier persona se vuelve comunicadora, ya sea, profesional o amateur, en plataformas sociales en el contexto digital actual, surgen algunas inquietudes.

Para entender la manera en la que se configura la comunicación en redes, citando a María Soledad Casasola (2018), en el libro “El Nuevo paradigma comunicativo: Lo 2.0, 3.0 y 4.0” explica lo siguiente:

En los espacios virtuales, la comunicación adquiere la forma de una instancia procesual que se retroalimenta permanentemente convirtiéndose en motor de la producción de sentido social. Marcando diferencias notables con los medios tradicionales —verticales y unidireccionales— las redes sociales ofrecen la posibilidad de dialogar, interactuar, escuchar opiniones y habilitar el debate en torno a temas científicos que en algunos casos pueden generar controversia y discusión (p.137).

Para analizar los discursos y el modo en el que se configuran y circulan en redes, me parece relevante hacerlo desde una mirada semiótica. Siguiendo a autores tales como Fabbri, Pierce y Verón, se trata de una ciencia que aborda la realidad de la comunicación y la reflexión sobre el sentido y cómo se construye ese sentido. La idea es analizar ciertos conceptos y operaciones que intentan explicar por qué estos fenómenos sociales que estudiamos en determinado momento adquieren un sentido y no otro. La propuesta tiene que ver con analizar la construcción de sentido por medio la cual se formulan los discursos sociales y sus representaciones. Cómo se comunica, transforma y representa ese sentido.

Se abordará desde los autores mencionados en el párrafo anterior. Sí bien cada uno de ellos plantea sus propias teorías, podemos encontrar puntos en común. Por ejemplo, comprenden a la semiótica como la ciencia que estudia los signos. Como aquella que estudia la significación como el proceso por medio del cual pensamos los fenómenos sociales. La semiótica se preocupa por el mundo de las ideas y cómo adquirimos conocimiento.

Y también, sobre todo desde los estudios de Pierce, el concepto de Semiosis. La sociosemiótica, intenta hacer un estudio de los discursos sociales en contexto para dilucidar cómo opera el contexto en producción, circulación y consumo de las diversas materias significantes que atraviesan una sociedad.

Analizar los discursos desde esta mirada, es entender que estos nunca están aislados. Todos los discursos producen sentido en la medida que se relacionan con otros discursos. Según Verón, el sentido dependerá de su contexto histórico, cultural y social.

El primero de los conceptos a estudiar es la noción de lenguaje, es decir, la complejidad del lenguaje por medio del cual se configuran dichos discursos.

Fabbri (2000), semiólogo italiano, que se opone a la idea constructivista de que es posible producir o reproducir sentido dividiendo la complejidad del lenguaje, explica lo siguiente:

No se puede, como se creía, descomponer el lenguaje en unidades mínimas para recomponerlas después y atribuir su significado al texto del que forman parte. Debemos tener claro que a priori nunca lograremos hacer una operación de este tipo. En cambio, podemos crear universos de sentido particulares para reconstruir en su interior unas organizaciones específicas de sentido, de funcionamientos de significados, sin pretender con ello reconstruir, al menos de momento, generalizaciones que sean válidas en última instancia. Sólo por este camino se puede estudiar esa curiosa realidad que son los objetos, unos objetos que pueden ser al mismo tiempo palabras, gestos, movimientos, sistemas de luz, estados de materia, etc., o sea, toda nuestra comunicación (p.41).

Siguiendo este tipo de hipótesis, podemos decir que una obra no depende de la cantidad de palabras o frases que contiene, sino de la articulación global narrativa que modela un mundo de significados. Para el autor, “lejos de ser algo lineal, el lenguaje tiene su espesor, que se considera en el momento del análisis” (Fabbri, 2000; p. 42).

También menciona, al momento de analizar el lenguaje, sobre de una de las grandes contraposiciones de la semiótica, la que se hace entre lenguaje analógico o digital. Veamos de qué se trata cada uno.

El primero refiere a la cosa que representa, es decir, tiene que ver con el cuerpo, los gestos, la postura, con el lenguaje no verbal y, lo que lo caracteriza es la continuidad. En cambio, al lenguaje digital, conocido como comunicación de datos o transmisión de información electrónica, está relacionado al lenguaje verbal y no tiene relación directa el objeto con la cosa, porque se trata de signos arbitrarios. Y, se caracteriza por la discontinuidad. Sin embargo, Fabbri (2000) interpreta que como “el lenguaje es una especie de “hojaldre” muy complejo de elementos, de signos con un valor muy distinto” (p.42), podemos decir que “el lenguaje es a la vez analógico y digital” (Fabbri, 2000, p. 43).

A partir de la consideración del lenguaje como un transformador de los estados del mundo, modificando a quién lo produce y lo comprende, es decir, donde emisor y receptor son activos y pasivos en el proceso de comunicación, y no como un mero instrumento para representar estados, me parece importante hacer hincapié en la palabra, en la palabra como transformación.

La palabra no es para nada una constatación del mundo que sirve para dar información sobre el mundo. La palabra sirve para transformar las relaciones entre los hombres y las mujeres, las relaciones internas de los sujetos, es decir la palabra es un operador de transformación entre hombres, mucho más de lo que puede ser un modo declarativo (informativo) de hablar del mundo (Fabbri, 2000, p. 81).

Se trata de analizar el lenguaje desde un lugar de desafío, obligaciones y responsabilidades. Comprender que el estudio del lenguaje tiene que ver con pensar la función de la palabra, de aquella que transforma al otro y a uno mismo. La palabra que puede ser constructiva o extraordinariamente destructiva. Por eso, es interesante estudiar la palabra como operador de transformación. (Fabbri, 2000)

Otra de las ideas que estudia el semiólogo italiano son las condiciones de verdad en un discurso. Donde menciona que hay dos tipos de verdad:

Uno que un discurso verdadero es un discurso coherente; es decir, no se pueden hacer discursos verdaderos carentes de un mínimo de coherencia; el segundo es que la verdad hacer corresponder los signos con las cosas; a un signo le corresponde una cosa (Fabbri, 2000, p. 82).

Esto quiere decir, que lo que nos debería importar en un discurso, no tiene que ver propiamente, con lo que se dice, sino con estudiar el modo que se utiliza para persuadir y hacer creer que lo que decimos es verdad. En relación a esto, también, menciona el concepto de manipulación.

No hay explicación para que ustedes crean en algo si en alguna manera no hay un coenvolvimiento más fuerte. [...] es el problema esencial que nosotros podemos no solo hacer efectos de verdad, sino que en la relación con el otro debemos hacer efectos de credibilidad (Fabbri, 2000, p. 83).

Lo que significa que, en la comunicación, siempre se pone en juego la manipulación. Ya sea, de manera pasiva o activa, y se produce con el fin de que el otro imagine que lo piensa es por sí mismo y no por otro que le dice que piense esto o aquello, por ejemplo.

“En otros términos, nuestro problema será no la verdad como correspondencia de las cosas, sino los modos con los cuales se construyen los afectos de la verdad y los afectos del discurso”. (Fabbri, 2000, p. 82). Además, el autor indica, que en todo discurso hay mentira, verdad, secretos, la cuestión está en indagar ese tipo de estrategias.

Otro notable autor para analizar, por medio de su teoría sobre los discursos sociales, es el filósofo y semiólogo argentino, Eliseo Verón.

Teniendo en cuenta que Verón basa su teoría sobre la teoría triádica de Peirce, es relevante explicar, en principio y de modo general, de qué se trata la teoría peirciana.

La triádica de Peirce implica pensar en relaciones complejas. Entender que conocemos el mundo a partir de los signos. Se trata de una semiótica cuyo origen está en la lógica y en una filosofía pragmática. No sólo refiere a una teoría para aplicar, donde todo debe ser ubicado y clausurado. El concepto de signo peirciano, a partir de la lectura de sus textos, ofrece nuevas herramientas conceptuales como comprender cómo somos en el lenguaje, no solo como lo usamos. Eliseo Verón plantea que, lo que nos deja Peirce, es el soporte del proceso semiótico.

Eliseo Verón (1993) se propone construir una teoría que explique el funcionamiento de los discursos en sociedad, que aclare sus modos de generación, de recepción y de análisis, que explique su circulación social y que dé cuenta, a un tiempo, de la trascendencia que tiene la dimensión discursiva en la construcción social de lo real.

Y a través del modo en que se da la circulación de conocimiento científico, es que el autor plantea su modelo. Es decir, en la producción discursiva de la ciencia, hay autores que utilizan textos anteriores de otros autores, para así analizar y construir nuevos textos. Posteriormente, otros autores, utilizarán esos mismos para la generación de nuevos discursos, y así, sucesivamente. De este modo, la construcción social de lo real tiene lugar discursivamente a partir del encastramiento de discursos amparados infinitamente mediante una producción histórica y colaborativa de sentido (Verón, 1987).

“El estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido” (Verón, 1987, p. 125).

De esta manera, Verón (1987) explica como la teoría de los discursos sociales descansa sobre una doble hipótesis de los modos de funcionamiento de la semiosis social: de un lado, toda producción de sentido es social (es decir, todo proceso significativo descansa sobre condiciones sociales de producción); de otro, todo fenómeno social contiene un proceso de producción de sentido (es decir, todo funcionamiento social tiene una dimensión significativa constitutiva).

“Este doble anclaje, del sentido en lo social y de lo social en el sentido, solo se puede develar cuando se considera la producción de sentido como discursiva” (Verón, 1987, p. 126). Esto quiere decir que es solo en el nivel de la discursividad donde el sentido

manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa.

El autor, también, explica cómo es que conocemos el mundo de manera individual y cómo, posteriormente, se trasladan esos conocimientos para el funcionamiento de la sociedad. Lo explica por medio de la semiosis social infinita. Sostiene que el análisis de los discursos sociales abre el camino al estudio de la construcción social de lo real.

Y uno de los conceptos claves que estudia es el de discurso. El autor lo define en discrepancia con el texto. Menciona que leer un texto pensando en la noción de discurso es ponerlo en relación con otros discursos. Y que el discurso no contiene el sentido, sino que está atravesado por el sentido. El sentido es un proceso.

La teoría de los discursos sociales plantea que siempre los análisis de discursos son incompletos ya que se toman fragmentos del discurso para analizar, nunca analizamos el todo. El analista hace un recorte, analiza un pedazo de significación. Y, además, los discursos nunca están aislados, es el analista quien aísla fragmentos del mismo para analizarlos.

Otro de los conceptos fundamentales, según Verón, es la noción de contexto, el sentido que se le otorga a un discurso dependerá de su contexto histórico, cultural y social.

Cualquiera que fuere el soporte material, lo que llamamos un discurso o conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido.

Las condiciones productivas de los discursos sociales tienen que ver, ya sea con las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso o de tipo de discurso, ya sea con las determinaciones que definen las restricciones de su recepción. Llamamos a las primeras, condiciones de producción y, a las segundas, condiciones de reconocimiento. Es entre estos dos conjuntos de condiciones que circulan los discursos sociales (Verón, 1987, p. 127).

El autor explica que, condiciones de producción es cómo se genera el discurso y reconocimiento cómo se lee y es percibido. En la superficie discursiva encontramos marcas presentes en la materia significativa, tiene que ver con lo primero que percibimos. En cambio, se denominan huellas siempre que impliquen una relación específica, es decir, cuando la relación entre las propiedades significantes y sus condiciones productivas queda claramente establecida.

En este sentido, entiende que la producción de conocimiento por parte de un sujeto no puede separarse de una red social de sentido de la cual forma parte. Por eso, el

conocimiento es un efecto de sentido cuya naturaleza sólo puede ser aclarada si se sitúa en la red infinita de discursos entrelazados.

Eliseo, insiste en un concepto, en el “desajuste” entre condiciones de reproducción y reconocimiento. Explica que, “estos dos “polos” de la producción discursiva jamás coinciden exactamente, entre la producción y el reconocimiento no hay relaciones simples, no hay relación lineal”. (Verón, 1993, p.189). Lo que significa que las propiedades de un discurso en producción, denotan un campo de sentido y jamás un solo efecto determinado.

Es sabido que, a menudo, comunicamos mensajes, y sucede que a veces se interpreta otra cosa. Verón (1993), expone que “para que haya comunicación entre un locutor L y un oyente O, hace falta que el sentido apuntado por L se reencuentre, intacto e idéntico a sí mismo, en O” (p. 190). Entran en juego las convenciones que rigen los actos comunicativos y que tienen que ver con la existencia de un código.

En el texto “La semiosis social”, Verón (1993) cita al filósofo británico, conocido por sus aportes a la filosofía del lenguaje y la comunicación, Grice, que desarrolla lo siguiente:

Nuestros intercambios de palabra -dice Grice- no consisten, normalmente, en una sucesión de observaciones deshilvanadas, en cuyo caso no serán racionales. Son, de manera característica y hasta un cierto grado, esfuerzos cooperativos; cada participante reconoce en ellos, hasta un cierto punto, un objetivo común o un conjunto de objetivos, o por lo menos, una dirección común aceptada mutuamente (p.190).

Comunicación social de la ciencia

La relación entre comunicación y salud sólo puede ser entendida desde una mirada que privilegia los vínculos entre los sujetos, individuos y actores sociales, y en la que las mediaciones, tal como las entiende Jesús Martín-Barbero (1987, p.97), no son dispositivos sino ámbitos de transición que se convierten en espacios de re significación permanente.

Los individuos interpretan y comprenden los mensajes vinculados con la salud desde el espacio que generan las relaciones en la vida cotidiana, desde las marcas de la cultura que lo constituyen y desde el sistema de relaciones que, a modo de tejido social, los contiene (Díaz, Hernán y Uranga, Washington, 2011, p 117).

De acuerdo con un documento de la Organización Mundial de la Salud (Healthy People 2010, volumen I), la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y

comunitarias que mejoren la salud. Este tipo de comunicación es reconocida como un elemento necesario en los esfuerzos para mejorar la salud pública y personal. Asimismo, el informe cuenta que la comunicación en salud puede contribuir en todos los aspectos, ya sea de la prevención de la enfermedad incluyendo las relaciones médico-paciente, la adherencia del individuo a recomendaciones clínicas y regímenes terapéuticos, la construcción de mensajes y campañas de salud pública en conjunto con la diseminación de información concerniente a riesgos para los individuos y las poblaciones, o comunicación preventiva, también.

Según la ONU (1948), “el acceso al conocimiento científico es un derecho de la ciudadanía”. Sin embargo, los procesos, resultados, motivaciones, condiciones de realización de la ciencia aún son poco visibles y accesibles, tanto para los habitantes del país como para los medios de comunicación.

“Las redes sociales y plataformas digitales, conforman, precisamente, una dimensión significativa del entorno virtual que hoy habitamos y son el escenario central de las comunicaciones, tanto personales como informativas” (Gálvez de la Cuesta, 2021, p. 639).

Si bien los medios tradicionales como la radio, la televisión y la prensa escrita son aquellos encargados, desde hace mucho tiempo, de las actividades de divulgación científica, actualmente, “el consumo de noticias a través de redes sociales estableció un cambio en los hábitos informativos de la sociedad” (María del Carmen Gálvez de la Cuesta, 2021, p. 639). Y debido a la cantidad de usuarios que las habitan, entender cómo se comunica ciencia dentro y por medio de las redes, es importante.

Lo que permiten estos canales es amplificar los mensajes.

En una misma pantalla conviven textos, imágenes, videos, gráficas y combinaciones entre ellos. El contenido, a su vez, circula en múltiples dispositivos, celulares, computadoras, tabletas, y su contexto de lectura no es siempre igual. La producción de una comunicación digital efectiva implica conocer las tecnologías, sus narrativas y lenguajes específicos. (Gálvez de la Cuesta, 2021, p. 639).

Para los profesionales de la ciencia, viendo la necesidad de dar a conocer sus investigaciones y difundir conocimiento científico en la sociedad, “las redes sociales ya son una herramienta imprescindible” (Fernández Bayo, Menéndez y Fuertes, 2019, p. 7).

Las redes sociales, en relación a cualquier otro medio de comunicación tiene ciertas particularidades a favor.

Entre sus ventajas destacan la facilidad de uso, la posibilidad de llegar a públicos masivos, la rapidez y la posibilidad de utilizarse en cualquier lugar y momento. No deben entenderse, además, como un camino unidireccional (el del viejo esquema de emisor-transmisor-receptor), en el que los expertos transmiten conocimientos a los ciudadanos, sino como un canal de ida y vuelta, en el que se produce una respuesta del público que permite descubrir la percepción que este tiene sobre su trabajo y sobre su forma de difundirlo, al tiempo que son interpelados para cuestiones que preocupan a la gente (Fernández Bayo, Menéndez y Fuertes, 2019, p. 7).

Y uno de los contextos que visibilizó la importancia de los procesos y modos en que la ciencia actúa fue, indudablemente, el contexto de pandemia. Si bien, la correcta comunicación en una situación de emergencia sanitaria jugó un papel importante para generar conciencia y responsabilidad en la sociedad, también lo pueden elegir aquellos divulgadores científicos o comunicadores que se vean afectados, interpelados y con la capacidad de transformar, por medio de las redes. Cómo, por ejemplo, el perfil seleccionado en este proyecto @flordegineco, a través de discursos y contenido de ginecología y salud femenina en una red social, como lo es Instagram.

Además de otras cuestiones, considero que aquel contexto de aislamiento total prolongado propició que las redes sociales y plataformas digitales adquirieran un protagonismo singular, y se convirtieran en el espacio de comunicación central para diversos temas. Durante el 2020 aumentó el uso y el tiempo en redes sociales debido a la situación mundial. (Informe Comscore; 2021)

Difundir ciencia es una tarea compleja, y sin duda arriesgada cuando se trata de conceptos configurados por medio de estructuras más bien cerradas, dogmáticas y con un lenguaje técnico poco accesible.

“Comunicar ciencia, ya sea desde su análisis o desde los propios resultados de una investigación, no es fácil, y hasta hace no demasiado tiempo, ni siquiera mínimamente atractivo para públicos generales. Afortunadamente, como muchas otras cosas, la ciencia se encuentra en vías de cambio y los procesos que provocan la construcción de un discurso accesible y entendible para cualquier persona comienzan a ser algo habitual”. (María del Carmen Gálvez de la Cuesta, 2021, p. 5)

Según el diario Expansión, Unidad Editorial Información General, S.L.U (2023), “2020, año marcado por la pandemia de Covid-19, cierra con un crecimiento significativo del uso de la red de redes, justificado en su mayor parte por el aumento de la educación y el trabajo online y por las restricciones de movilidad que han afectado a gran parte de la población”.

En Argentina, según datos del diario Perfil (2021) son las redes sociales el principal canal elegido para informarse. “Los datos surgen de un estudio realizado por el

Monitor Nacional de la consultora Taquion en donde se revela qué canales de comunicación prefieren los argentinos”.

También, es notable reconocer que la gente se informa mientras se entretiene. Por eso “las redes sociales se llevan la mayoría de los usuarios con un 32.8%”, respecto a los otros medios de comunicación.

“Dominio de los medios digitales, creciente desconfianza en las noticias y prevalencia de la comunicación visual en redes. Estas son algunas de las características distintivas de la nueva ecología de medios en Argentina, según el Informe sobre Noticias Digitales de 2022 del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford, Inglaterra”. (Infobae, 2022).

Comunicar ciencia “de otro modo”, es decir, configurar los mensajes en un código que resulte accesibles, claro y, que a su vez llame la atención y se adecue a las audiencias que los leen, siguiendo las palabras de Ovidio, “es probablemente la mejor descripción de lo que significa la comunicación científica en redes sociales”. (Gálvez de la Cuesta, 2021, p.6)

Hace años que las redes se constituyen como un espacio de encuentro, reflexión, debate, escucha activa y difusión pública. De hecho, los profesionales que las habiten deberían, necesariamente, conocer cómo funciona y cómo se configura cada una de las redes. Porque el mensaje no se configura y expande de igual manera para todas.

Cada red social tiene objetivos concretos y enmarca su acción en campos del desarrollo personal, profesional, lúdico, científico, etc. Sin embargo, que una red social sea eficiente y realmente de interés para un usuario depende en gran medida de su uso conveniente y adecuando a las necesidades de cada uno. (Gálvez de la Cuesta, 2021, p. 8).

Según Díaz, Hernán y Uranga, Washington (2011):

La comunicación para la salud, aún más allá de las diferentes estrategias que se pongan en juego, tiene que basarse en el reconocimiento de la trama cultural y de la importancia de todos los actores, con saberes diferenciados pero todos imprescindibles, útiles y valiosos para mejorar las condiciones de vida de la población (p.123).

Desde una perspectiva histórica, podemos decir que ha ido cambiando el pensamiento en relación a la salud y la comunicación en salud, al menos conceptualmente, de un enfoque verticalista, que refleja la relación médico-paciente cómo una relación asimétrica y de poder de uno sobre otro; hacia un enfoque donde

las relaciones sociales, las culturas y los sujetos son activos, participan en la construcción de conocimiento, como así también, en la difusión y puesta en común sobre temas o cuestiones que les son interesantes.

Concepto de red y redes sociales

¿Cómo se comenzó a pensar en términos de redes? ¿Qué podemos entender por el concepto de “redes sociales”?

Según la Doctora, investigadora y escritora, Denise Najmanovich (2005) “el pensamiento de redes se presenta como abordaje estético y ético de las prácticas sociales”. De hecho, la autora menciona que, junto a la escritora argentina, Elina Dabas, han planteado que “la red social, en tanto forma la trama de la vida, no es una sino múltiple, está en perpetuo flujo, cambia su configuración y permite diversos modos de abordaje, tanto conceptualmente como en la práctica profesional y vital de cada cual” (p.1).

Siguiendo palabras de la autora, podemos decir que pensar en red tiene que ver con un pensamiento complejo. Con un entramado con otros en una configuración dinámica, abierta y participativa. Y dichos pensamientos están travesados por una producción de sentido responsable, donde somos capaces de mover nuestro punto de vista, multiplicarlo y darle diversas amplitudes.

Si bien no hay un momento histórico preciso, podemos decir que, a partir de los años noventa la utilización, tanto en cantidad como en diversidad, de la metáfora de redes y del concepto de “redes sociales” tuvo un crecimiento exponencial.

Podría tener que ver con dos procesos importantes en los modos de vida: por un lado, el incremento acelerado de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información; y por otro, la gran transformación de los vínculos sociales, desde los más íntimos a los más amplios.

Najmanovich, (2005), en palabras del sociólogo, filósofo y ensayista, Zygmunt Bauman menciona que:

El paso de la modernidad sólida a la modernidad líquida conlleva la necesidad de gestar nuevas cartografías, y sobre todo nuevas formas de cartografiar: Es preciso inventar otros instrumentos conceptuales y crear nuevas herramientas que nos permitan desplazarnos, surfear o navegar territorios móviles y espacios multidimensionales (p. 3).

La ciencia ha ido cambiando y transformando, históricamente, la manera en la que construye sentido o conocimiento científico. Para empezar a pensar o a entender cómo es que se piensa en términos de “redes”, la autora nos invita, imperiosamente, a revisar presupuestos anteriores.

La ciencia clásica, por ejemplo, contiene una mirada simplista, es cerrada y sus caracteres y propiedades se suponen independientes del entorno. Además, se basa en relaciones fijas, determinadas, con saberes a priori y con una estructura jerárquica bien marcada. Por otro lado, la ciencia moderna, sabemos que concibe al mundo como un conjunto de unidades elementales, utiliza el método científico y adoptó, también, el empirismo.

Lo que se propone, en cambio, con el pensamiento complejo en esta era, con la noción, entre otras cosas, de “redes” y “redes dinámicas”, es reformular y reconfigurar nuestras formas de producir sentido (Najmanovich, 2005).

Lo que concebimos como sistema, partes y enlaces desde una perspectiva dinámica no tienen existencia independiente ni previa al acto de conocer. Todo conocimiento es una configuración actual del mundo producida en la interacción y el intercambio. No sólo las organizaciones han entrado en la era de la fluidez, el conocimiento también (Najmanovich, 2005, p.9).

Para entender a qué nos referimos cuando hablamos de pensamiento complejo y dinámico, haré mención algunas de las características del mismo: no es un pensamiento que se concibe como dualista sino como interactivo. En estas categorías los sujetos dialogan de múltiples formas y modos en un proceso activo y temporal. Si bien, no todo vale lo mismo, tampoco hay una vara universal que pueda establecer un saber supremo.

Los autores explican que se trata de un sistema abierto, donde no hay sujetos pasivos, sino un entorno activo. Dado que el intercambio afecta a todos los que participan en él, por eso, también, es imposible hablar de un espacio neutro o aislado.

Todo esto que mencionamos anteriormente, se puede observar y, es precisamente lo que sucede con y en las redes sociales.

Denise Najmanovich (2005) explica cómo se concibe y entiende el concepto de red, desde hace unos años hasta nuestras sociedades actuales:

Hacia finales del siglo XX el concepto de “red” se convierte en una de las metáforas más fértiles de la cultura extendiendo y diversificando su potencia en múltiples campos. Entrados ya en el nuevo milenio, tal vez sea el momento adecuado para una reflexión sobre el campo significativo y el valor epistemológico de esta metáfora que caracteriza nuestra era, como ha planteado con éxito notable Manuel Castells (Castells, M., 1999, p.7).

Sobre este proceso dinámico es importante saber, que todos nos hemos educado y formado de manera que tenemos una concepción representacionista del conocimiento.

“En los abordajes de la complejidad, el conocimiento es concebido como un proceso de interacción de los sujetos con el mundo, que nunca es individual sino social y mediado por nuestra biología, por la cultura y por la tecnología” (Najmanovich, 2005, p.9).

Algunas ideas tienen una transformación más rápida, otras más lentas. Algunas mantienen la forma, en y a través de los cambios, otras mutan. Como también, existen sistemas que cambian radicalmente y ya no podemos seguir concibiéndolos como eran. Y, a su vez, las sociedades, también se van adecuando a esos cambios, cambian constantemente, experimentan y se adaptan a las nuevas formas de adquirir conocimiento.

De esta manera, es posible dar cuenta que aquellas estructuras que antes eran fijas, determinadas y sostenibles en el tiempo, el modo en el que, en este modelo, son posibles de re-configurar, re-construir y reformular.

En relación a esto que mencionamos anteriormente, en dichos de la autora Denise (2005), podemos asociar un concepto estudiado por Cornelius Castoriadis, Filósofo y psicoanalista greco-francés:

Cornelius Castoriadis fue uno de los pensadores de la “cuestión social” que se atrevió a cuestionar las categorías heredadas y desarrolló un pensamiento, y una acción política, tendiente a comprender, elucidar y valorar la autonomía, así como a expandirla y potenciarla (p.19).

Según Castoriadis, existen dos tipos de imaginarios sociales: por un lado, está el imaginario instituido que tiene que ver con lo social o afectivo, al que pertenecen los conjuntos de significaciones que consolidan lo establecido, por ejemplo, las tradiciones y costumbres de una sociedad; por otro lado, el instituyente o imaginario social radical, el cual se manifiesta en las nuevas formas de ver y pensar la realidad, nuevas significaciones, por ejemplo, las modas, los cambios, etcétera.

El primero está dado a priori y es producido a lo largo de la historia; el segundo es lo nuevo posible. Lo instituido opera desde las significaciones estableciendo lo permitido y lo prohibido, lo lícito y lo ilícito. Ordena y regula las relaciones y acciones dentro de una sociedad. Constituye un pensamiento heredado.

En este caso, podemos pensar, en relación a la institución de la medicina o a la salud ginecológica, particularmente, cuantos mandatos y conceptos están sostenidos y avalados desde hace mucho tiempo como aquello que está bien y está mal, sobre cuestiones que las mujeres podemos hablar y otras que, necesariamente, hay que esconder, lo que debemos y no debemos hacer/ saber/ poder, entre tantas otras.

Lo instituyente, en cambio, opera sobre lo que no está presente. Tiene que ver con la capacidad de invención, de crear nuevas representaciones, formular lo que no está.

Siguiendo con el caso mencionado en el párrafo anterior, las redes sociales, particularmente, el perfil de @flordegineco en Instagram, en un contexto como el de pandemia, surgió como un espacio para hablar e informar sobre salud. Flor, médica, ginecóloga y sexóloga, eligió hablar de temas que, generalmente, están en las sombras, ya sea por tabú, costumbres, creencias; cuestiones que tienen que ver con la salud femenina y con el cuerpo de las mujeres.

Podemos observar como cada vez más divulgadores científicos y divulgadoras científicas y/ o profesionales de la salud, habitan las redes para comenzar a debatir y difundir temas que interesan a las mujeres, sobre los cuales, me parece, es importante brindar información, ya que tiene que ver con los cuerpos, los vínculos, las emociones, y con lo que, consecuentemente, puede mejorar la calidad de vida de tantas mujeres y personas, en general. Porque, además, citando al célebre político y filósofo inglés, Francis Bacon “el conocimiento es poder”.

El desafío actual consiste en comprender las redes de modo tal que sea posible dar cuenta simultáneamente de lo instituido y de lo instituyente, de lo regular y lo irregular, de la unidad y la heterogeneidad, de lo estable y lo mutable, de la determinación y el azar, lo tecnológico y lo social en su mutuo hacerse y deshacerse (Najmanovich, 2005, p.29).

Por otra parte, otro de los autores para analizar, es el filósofo, sociólogo de la ciencia y antropólogo francés Bruno Latour, uno de los principales referentes de la Teoría del Actor-Red que estudia el campo social, las tecnologías, las redes, entre otros conceptos.

El autor, desde los aportes que hace a las ciencias sociales, reinterpreta el proceso de la investigación social, plantea la necesidad de realizar cambios profundos a los paradigmas vigentes de estas ciencias. Retoma, por un lado, la forma tradicional de abordar lo social y sus implicaciones; y por otro, aborda las interpretaciones alrededor del trabajo de los científicos sociales, los métodos de acercamiento a la realidad y la manera de procesar la información en la investigación.

Además, plantea cambios desde las observaciones e intervenciones de las relaciones, las controversias y asociaciones, que se hacen y deshacen. Estudia la construcción de la sociedad, que no la concibe como algo dado de lo cual partir, sino aquello a lo que finalmente ha de llegar.

La propuesta metodológica del autor es estudiar la realidad por medio de sus interacciones, en las cuales intervienen personas, cosas, ideas y tecnologías, a las que hay que analizarlas en conjunto (Latour, 1994).

En un artículo de la revista *Lebret*, “Bruno Latour y el estudio de lo social: construcción y actuación en red” (2015), Alba Lucía Cruz Castillo explica lo siguiente:

De la mano de John Law y Michael Callon, ha desarrollado la teoría del Actor-red que surge en los años ochenta como un enfoque provocativo, en la que propone el estudio de ensamblajes que involucran aspectos heterogéneos (legales, tecnológicos, organizativos, políticos, entre otros), donde los elementos deben describirse en su especificidad, y a la vez en su asociación conjunta que permiten la acción y la función compleja; de ahí se deviene el concepto de “agencia” para referirse a la capacidad de los “no-humanos” (máquinas, artefactos, entre otros) que pueden ser indispensables en el ensamblaje y a sus propiedades sustanciales, más allá de su rol en las redes (p.5).

Estos autores reflexionan sobre las prácticas investigativas, donde los objetos de estudio son señalados como certezas y no como flujos de conocimiento. Estos pensadores buscarían ir más allá de la premisa que las realidades están dadas por los métodos, coincidirían en la denominación de la complejidad de los objetos.

La construcción social del conocimiento implica en esta propuesta reinterpretar lo social poniendo de evidente, en principio, dos grandes tensiones epistemológicas, la primera la concepción de lo social como algo dado y no como el proceso a través del cual se ha construido algo colectivamente donde se requiere de la colaboración de muchas redes y agencias humanas y no humanas; la segunda tensión entre el supuesto de que lo social se enmarca exclusivamente en trazos de poder y la propuesta latourciana de que lo que hay que resaltar en los procesos investigativos son los procesos colectivos [...]; lo que implica hablar el tema de las redes y los agentes que dan vida a lo social (Cruz, 2015, p.6).

Además, hace énfasis en comprender que la ciencia es “socialmente construida” y que, si bien se da entre científicos y científicas, también es importante la interacción con el ambiente, con los pares y con otros. Y, a su vez, es relevante publicar e informar del proceso y sobre el conocimiento producido para que no sea ajeno a la realidad. Debe existir un acercamiento entre objeto y sujeto, ya que “la investigación juega un papel fundamental en la comprensión de la naturaleza de los hechos” (Cruz, 2015, p.8).

La propuesta de Latour, teniendo en cuenta lo que implica investigar y el juego de poder que hay en ello, deja entrever un debate contemporáneo alrededor de rol de la investigación social con respecto a la realidad que aborda; en palabras de la autora, “es un intento por mirar las cosas de otro modo” (Cruz, 2015, p.9).

Podemos observar que la práctica científica, cualquiera sea la disciplina, está en continuo cambio y transformación. Se está dejando atrás la mirada tradicional de la ciencia para comenzar a abordar la realidad vinculada al contexto social y no por fuera de este.

Latour nos muestra que hay otro modo de acceso y relación con la realidad, distinto del que la modernidad nos tiene acostumbrados. La propuesta es reconfigurar el modo de conocer. Desafiar los límites, estructuras y controles de la perspectiva tradicional de la ciencia.

Desde estos postulados que venimos mencionando, la nueva ciencia se caracterizaría por estudiar el devenir; el cambio constante. El discurso de los fenómenos pasa a ser un diálogo con el entorno, donde “ni la ciencia nos construye, ni construimos ciencia, sino que interactuamos desde los saberes” (Cruz, 2015, p.10).

En los que no hay dominio de uno sobre el otro. Donde empezamos a pensar la ciencia en proceso, que dialoga con una realidad en las mismas condiciones. Latour habla de estudiar desde una ciencia en acción, donde se debe considerar la simetría entre lo humano y lo no humano, es decir, entre el sujeto, el mundo y su comprensión; donde la explicación no es la fractura de una regla universal, sino el punto de vista del observador y la red que lo construye (Najmanovich, 2005).

En esta teoría que venimos narrando, el autor también plantea un tipo de análisis que denomina “conectivo”, “en el que la circularidad es la clave de comprensión del fenómeno, según el diámetro de la circularidad, tendremos una mejor o peor comprensión, con base en sistemas más grandes, mayor número de interconexiones, referencias, riqueza y mayor probabilidad de comprensión” (Latour, 2001, p. 111).

En relación a lo mencionado en el párrafo anterior, el autor hace alusión a un modelo de “bucles”, donde describe que la posición del observador cambia la mirada del fenómeno y que, por medio de actividades enlazadas en redes, instrumentos, vínculos, nodos, se pueden impulsar diversas articulaciones que denomina “traducciones”, y que este modelo de traducción también es conocido “en red”.

El modelo de traducción llamado también *en red*, promueve la acción en la ciencia, mediante la interacción, integra de manera dialógica los elementos internos (contenido) y externos (contexto), con la intención de hacer viable la comunicabilidad como uno de los propósitos de la nueva ciencia (Latour, 2001, p. 123).

Así, la teoría del actor-red es una aproximación a la teoría social y la investigación participativa. El autor busca “normalizar” el rol del científico y de la práctica científica. Del mismo modo es lo que intenta hacer con el discurso científico, quitar esa idea de que pertenece o es accesible a un grupo cerrado, elite. Propone un análisis más en profundidad y en relación al posicionamiento de quien investiga como a las interrelaciones entre objeto y sujeto de conocimiento. Donde los sujetos ya no somos pasivos, sino que participamos del proceso constructivo, “somos quienes transformamos a través del quehacer científico y tecnológico y a la vez estamos

permeados por la historia y los condicionamientos culturales bajo los cuales leemos la realidad” (Cruz, 2015, p.13).

Marco metodológico

La metodología busca respuestas a los problemas planteados y se aplica a la manera de realizar la investigación. Teniendo en cuenta los propósitos, intereses y objetivos planteados, elegí una metodología cualitativa. La misma, se lleva a cabo a través de métodos como la observación participante, la entrevista en profundidad y otros, que generan datos descriptivos.

Taylor y Bogan (1984) explican que: “La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (p.25).

Algunos de los interrogantes que surgieron y que se intentan responder con esta investigación son ¿De qué manera @flordegineco construye sentido a través de la producción de discursos sobre salud femenina en redes? ¿Cómo esos discursos forman parte de una red que producen efectos sobre quienes lo emiten y quienes lo reciben? ¿De qué manera utiliza los recursos de las redes para comunicar ciencia? ¿Cómo capta la atención y genera participación de su audiencia? ¿Por qué se la considera como una voz legítima para comunicar salud ginecológica y femenina?

El contexto en el cual sitúo esta investigación es marzo y diciembre de 2020 porque tiene que ver con un momento de expansión, de un antes y un después de @flordegineco en Instagram. Ella ha reconocido en diversas notas, que el 2020 fue un año que, el contexto de pandemia y de aislamiento estricto, tuvo como consecuencias, por un lado, brutales bajas en consultas médicas, sobre todo ginecológicas y relacionadas a la salud femenina, en general; y a su vez, abrió un escenario de posibilidades en las redes como aquel espacio para informarse, educarse, entretenerse, etc. Además, se puede observar que desarrolló una manera de comunicar conceptos bastantes complejos, que resultan claros y accesibles.

Como ya fue mencionado anteriormente, cada vez son más los y las profesionales e influencers que utilizan sus redes sociales y que cuentan con millones de seguidores, para compartir conocimiento científico.

Por ejemplo, cuentas tales como: @fabballarini, Lic. en Ciencias Biológicas y Doctor de la Facultad de Medicina de la UBA, @soydatina, Lic. en Instrumentación quirúrgica y Cosmetóloga Profesional, @lic.ceciliace, Lic. En Psicología y sexóloga, @mariuchu, Licenciado en Física, FCEyN, Universidad de Buenos Aires, Doctor en Neurociencia en Rockefeller University (New York), entre otros.

En este caso, el perfil seleccionado para estudiar es el de Florencia Salort, @flordegineco nacida en Buenos Aires el 16 de marzo de 1974, médica recibida en la Universidad de Buenos Aires con diploma de honor. Es especialista en tocoginecología y sexología clínica y educativa acreditada por la Federación Sexológica Argentina (FESEA) y la Sociedad Argentina de Sexualidad Humana (SASH). También, cuenta con un magister en Neurociencias por la Universidad Maimónides; y está diplomada en Periodismo Científico (Universidad Favaloro) y en Psicología Integrativa y Psiconeuroinmunoendocrinología (Universidad de Belgrano).

Además de tener una formación académica impresionante, Flor tiene publicado, hasta la actualidad, 2 libros (Sexo Sentido y Nosotras), es coach ontológica, especializada en docencia universitaria y ha hecho un unipersonal de teatro sobre mitos y estereotipos en la sexualidad. Y, a su vez, es comunicadora de salud sexual femenina y bienestar no solo en medios tradicionales, sino que también, con 515 mil seguidores en Instagram, por medio de las redes sociales ha transformado la manera clásica de abordar estos temas, captando una audiencia que se incrementa día a día.

Para mí la medicina debe ser un gran espacio de encuentro y debemos ser partícipes del cómo queremos cuidar nuestra salud. Los medios de comunicación y la creación de @flordegineco en redes, me permitieron trascender las barreras del consultorio y generar un efecto positivo en la vida de muchas más personas, al acercarles información valiosa para su salud y bienestar. Descubrí una nueva pasión que está acompañada de una gran responsabilidad que ejerzo con suma alegría (Perfil en LinkedIn de Florencia Salort, 2023).

A través de varias entrevistas, Flor explica que su objetivo es acompañar a mujeres en diferentes etapas de la vida y derribar mitos instalados en la sociedad que generan confusión y miedo. Se la considera una influencers, no solo por la cantidad de seguidores, sino por la manera en la que comunica cuestiones sobre la salud femenina, sexualidad, maternidad, menstruación, menopausia, entre otras tantas. Tiene una mirada empática y cercana con las mujeres, teniendo en cuenta el todo, mente, cuerpo y espíritu. "A veces con la visita a un consultorio no alcanza, pero cuando una mujer puede ver que lo que le pasa a ella también les sucede a otras, siente que no está sola ni es un bicho raro". (Aire Digital, 04/06/2022)

Red social Instagram

La red social elegida para esta investigación es Instagram. Es principalmente visual, creada en el año 2010 por el norteamericano Kevin Systrom y el brasileño Mike Krieger, ambos ingenieros de software. Su historia demuestra un crecimiento y éxito muy rápido.

El mismo día del lanzamiento, la aplicación se convirtió en la aplicación más descargada en Apple Store y, en diciembre del mismo año, tenía 1 millón de usuarios.

En 2011, la empresa, que contaba con solo 6 empleados, ya tenía 10 millones de usuarios en la red.

En 2012, tras el esperado lanzamiento de la aplicación en la versión de Android y Windows, Instagram fue comprada por Facebook por 1.000 millones de dólares.

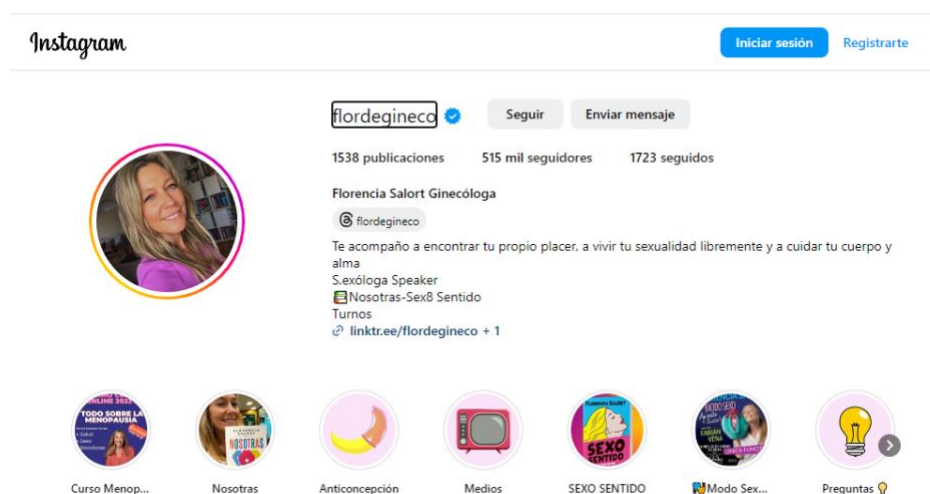
Desde su origen, fue una red social revolucionaria en el mundo digital centrado su atención, principalmente, en la imagen. Con el paso del tiempo, ha ido evolucionando, transformando y desarrollando cada vez más herramientas y funciones acordes a las demandas de la comunidad digital. A su vez, ha ido adaptándose y modificando la manera en la que los usuarios comparten, interactúan, habitan la red social, y viven su propia cotidianidad.

Instagram, se puede utilizar desde un teléfono móvil, navegar desde un dispositivo tecnológico o una página web.

Se ingresa a la red por medio de la creación de un perfil, que puede ser público o privado, en el cual se pueden subir fotos y videos, de corta y larga duración, aplicarles efectos e interactuar por medio de me gustas y comentarios con otros usuarios. Se pueden sumar títulos a las publicaciones y utilizar etiquetas como hashtag y geotags para registrar las publicaciones y hacerlas buscar por otros usuarios dentro de la aplicación.

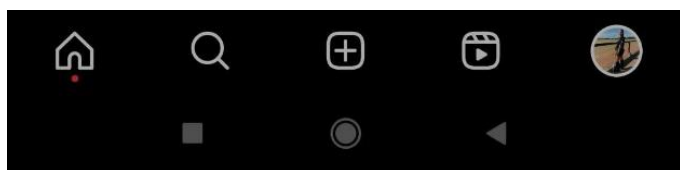
Actualmente, la red social cuenta con más de 1.200 millones de usuarios en todo el mundo. (Statista)

En cada perfil podemos observar en la parte superior el nombre de identificación, una foto de perfil y un espacio dedicado para sumar texto, denominado biografía. En esta parte, también, se encuentra el número de publicaciones, seguidores y seguidos. Todos los perfiles se configuran por un feed, que son todas las publicaciones permanentes y, además, tienen un espacio disponible para seleccionar y subir historias, denominado historias destacadas, que tiene que ver con aquellas historias que te gustaría que permanezcan en el perfil y así evitar que desaparezcan a las 24 horas.



Captura de pantalla del perfil y algunas de las historias destacadas de @flordegineco 12/11/2023

También, podemos identificar 5 zonas principales: el inicio, el buscador, nueva publicación, reels y el perfil. Cada uno se puede reconocer en una barra ubicada en la parte inferior con sus respectivos iconos.



El inicio es con lo primero que nos encontramos cuando ingresamos a la red social, es donde están todas las publicaciones que suben nuestros seguidores y se pueden visualizar de arriba para abajo en orden cronológico. A su vez, por medio de círculos ubicados de izquierda a derecha, visualizamos las historias que suben cada uno de ellos y a través de un click en dichos círculos, ingresamos a mirar el contenido compartido.

El **buscador** o pestaña “explorar” permite descubrir nuevos perfiles que despiertan nuestro interés, ya que se ajustan, de algún modo, a nuestras preferencias dentro de la red.

En la opción de crear una nueva publicación encontramos las siguientes herramientas:

Reels:

Ofrece la posibilidad de publicar videos cortos, similares a TikTok. Estos videos pueden ser más elaborados, combinando múltiples recursos. Aunque tienen su sección, se pueden integrar al feed y explorar. Se trata de videos de hasta 30 segundos y ofrece herramientas de edición como efectos de audio, velocidad y más.

Publicación:

La publicación de fotos y vídeos en el feed es uno de los contenidos más utilizados en Instagram. Esta función fue una de las primeras en la aplicación, siendo originalmente una plataforma de fotografía. Permite incluir hasta 10 fotos o vídeos por publicación, conocidos como álbumes. Las fotos y videos pueden ser verticales u horizontales; los videos deben durar entre 3 segundos y 60 segundos, se pueden agregar filtros, texto o stickers. También, tiene la posibilidad de escribir un pie de foto, etiquetar a personas y agregar una ubicación.

Historias:

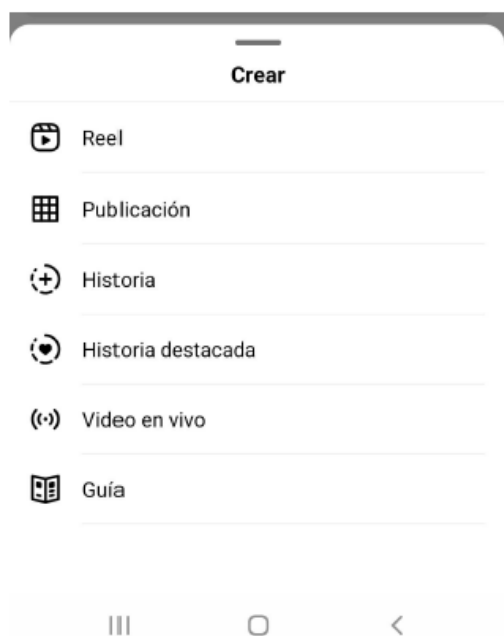
Es una de las modalidades más populares de Instagram, caracterizadas por contenido efímero de 24 horas. Se crean desde el icono (+) en la foto de perfil. Existen dos tipos: las historias generales y las destinadas a (Mejores Amigos). Son ideales para mostrar contenido más informal y fomentar la interacción. Constan de una duración máxima de 15 segundos por segmento; se pueden agregar efectos, texto, gifs, encuestas, cuestionarios, música, entre otros. Ofrece la posibilidad de crear un «Destacado» para que la historia permanezca visible en el perfil.

Video en vivo:

Los Instagram Live o Live Stories, se refieren a la función que permite a los usuarios transmitir videos en vivo a sus seguidores desde sus dispositivos móviles. Estas transmisiones en vivo aparecen en la sección de Historias y permiten a los espectadores interactuar con el emisor en tiempo real a través de comentarios y reacciones. La transmisión en vivo que permite a los usuarios interactuar en tiempo real. Aparecen en la sección de Stories y desaparecen una vez finalizadas, a menos que el usuario decida guardarlas como un video destacado.

Guías:

Las Guías en Instagram son una función que permite a los usuarios y creadores compartir y curar contenido en un formato fácil de digerir. Originalmente se introdujeron para compartir consejos y recursos sobre el bienestar mental, pero posteriormente, Instagram amplió su uso para que cualquier usuario pueda compartir productos, lugares y publicaciones en un formato de guía.



Otras de las funciones es la **tienda** o Instagram Shopping:

Permite a las empresas y vendedores destacar productos de sus catálogos directamente en sus publicaciones e historias de Instagram. Con esta herramienta, los usuarios pueden hacer clic en productos etiquetados en las fotos para ver más detalles y ser dirigidos directamente a la página web del negocio para realizar una compra.

Instagram, como red social, ofrece múltiples acciones para que los seguidores interactúen con el contenido, facilitando el alcance y manteniendo al usuario dentro de la plataforma. Tales como: seguir y dejar de seguir, me gusta, comentar, compartir, guardar, ver historias, ver reels, mencionar, usar hashtags, ocultar o silenciar, comprar, ver y participar en vivos, etc.

Estas son algunas de las acciones más comunes que los seguidores pueden realizar en Instagram, lo que hace de la plataforma un espacio interactivo y dinámico.

También, ofrece una serie de herramientas diseñadas para ayudar a los usuarios a crear publicaciones atractivas y de alta calidad. Entre estas herramientas, se encuentran: cámara integrada que permite capturar fotos y videos, y dispone de distintas funciones, entre ellas, filtros y controles manuales; otra función es el editor de fotos y videos, para retocar imágenes, ya sea brillo, contraste, saturación, etc y modificar grabaciones agregando música, efectos, etc; etiquetas, para categorizar las publicaciones; y hashtags que agrupan temáticas similares para aumentar la visibilidad.

Además de las herramientas propias, Instagram colabora con aplicaciones de terceros para brindar capacidades adicionales a los usuarios. Estas aplicaciones externas pueden incluir funciones avanzadas de edición, así como la posibilidad de crear collages y usar plantillas personalizadas.

Al aprovechar estas herramientas y aplicaciones complementarias en Instagram, los usuarios tienen la capacidad de generar diferentes tipos de publicaciones para Instagram que no solo son visualmente atractivas, sino también informativas y relevantes.

Cómo ya hemos mencionado en otra oportunidad, desde que comenzó la pandemia las personas pasamos mucho más tiempo en contacto con las redes sociales. “Instagram, la red social que más creció desde el inicio de la pandemia” (Digital House, 2020). Así, como aumenta el tiempo que pasamos conectados, crece día a día también, el número de usuarios.

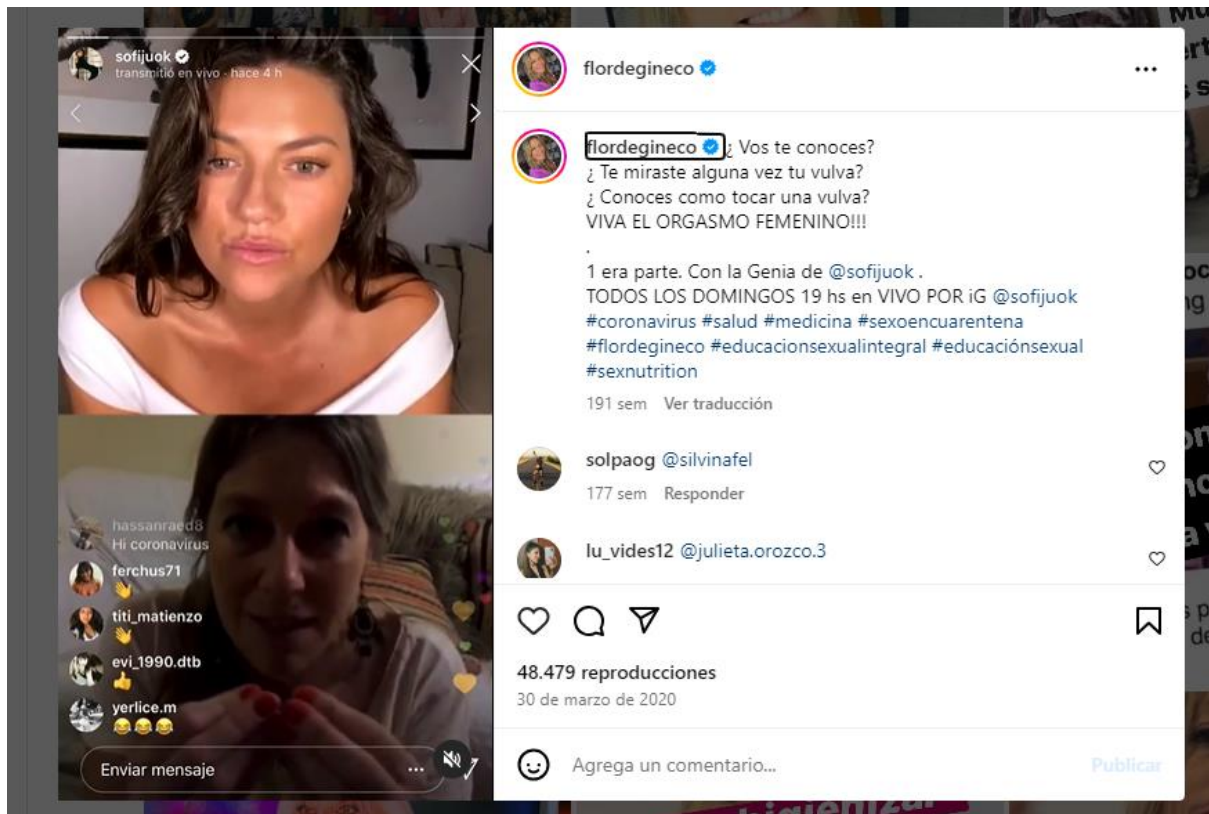
Las personas entre 18 y 34 años son la principal audiencia de Instagram. Se divide equitativamente entre hombres y mujeres. Se puede observar, por lo tanto, que predomina un público joven.

Estudio del caso

A partir de mi objeto de estudio, que tiene que ver con analizar de qué manera el perfil @flordegineco construye sentido a través de la producción de discursos sobre salud y como esos discursos forman parte de una red que producen efectos sobre quienes lo emiten y quienes lo reciben, seleccioné 5 publicaciones del feed de @flordegineco en Instagram, porque son parte de las publicaciones permanentes y 3 historias que ella ha guardado en “historias destacadas”. Todas fueron publicadas durante el mes de marzo y diciembre de 2020. Este registro se llevó a cabo por medio de capturas de pantalla que serán mostradas y estudiadas en esta investigación.

Teniendo en cuenta los objetivos específicos propuestos que son: Interpretar el modo en que, en el feed de @flordegineco, se comunica salud por medio de diferentes recursos, como ser texto e imagen; identificar la participación activa de las usuarias y demostrar de qué forma el discurso de salud en Instagram genera una mejoría en su calidad de vida; y mostrar la comunicación ginecológica vía Instagram como voz informativa

válida, comenzamos con la primer publicación seleccionada.



Captura de pantalla de una publicación del 30/03/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023

Fabri (1999), uno de los autores trabajados con anterioridad, menciona un concepto interesante que es el de narratividad, y lo describe de la siguiente manera:

La narratividad es un acto de configuración del sentido variable de acciones y pasiones; acciones y pasiones que pueden estar organizadas desde el punto de vista de la forma de su contenido, es decir, de su semántica, y pueden ser manifestadas por una forma expresiva distinta (verbal, gestual, musical, etc.) (p.58).

En este caso, siendo el 30 de marzo de 2020, cuando recién arrancaba el contexto de pandemia del cual hablamos, podemos observar en esta publicación cómo Flor elige abordar un tema ginecológico y hablar sobre el cuerpo de las mujeres a través de un intercambio con otra mujer, en una conversación con cierto tono “relajado”, trabajando conceptos que, socialmente, no son hablados tan abiertamente, ya que se desconocen o cargan con cierto tabú y vergüenza.

Ella lo hace por medio de un recurso que es el “video en vivo”, donde las usuarias pueden interactuar a través de mensajes en vivo, invitando también, a otra mujer, que no tiene que ver con la medicina o la profesión en sí, sino que pertenece a otros rubros, como ser la comunicación, el modelaje, la conducción y ser una personalidad famosa. En la publicación de su feed, el video va acompañado de texto, dónde elige utilizar preguntas a modo de reflexión y mediante las cuales, hacer parte del tema a quienes la leen.

También, menciona “1 era parte con la genia @sofijujuy. TODOS LOS DOMINGOS 19hs EN VIVO POR IG”, lo cual tiene que ver con un formato que decide hacer cada domingo durante todo el año de 2020, lo cual genera cierta conducta y hábito para conectarse y participar de esa actividad, cada domingo. Hago mención a esto porque tiene que ver con el contexto en el cual sucede. Un contexto de aislamiento total, sin tener la posibilidad de salir de nuestras casas, de encontrarnos con otras personas, por lo tanto, dicho mensaje genera cierta cercanía, compañía y te invita a sumarte, a vincularte con otros, a escuchar, aprender y conocer cuestiones relacionadas, como en este caso, al cuerpo y la salud ginecológica de las mujeres.

Otros de los usos que hace en la publicación es el de hashtags, #coronavirus #salud #educacionsexualintegral, entre otros, por medio de los cuales unifica información de temas similares, le brinda más visibilidad a su publicación y atrae más seguidoras.

Ricardo Diviani (2010) en el texto “Campo de la comunicación y procesos de mediatización. Reflexiones sobre la formación de los estudios de comunicación en la Argentina, sus derivas y las preguntas sobre su estatuto disciplinar”, explica lo siguiente:

Un campo de estudio adquiere un alto grado de legitimidad cuando se transforma en campo académico con sus sistemas de producción de conocimiento científico, sus formas de reproducción y sus titulaciones. Es en este momento que la disciplina construye sus fronteras hacia dentro y hacia fuera, delimitando de modo “performativo” lo que la distingue de las demás. La especificidad del campo de la comunicación, sin embargo, se ha presentado desde el inicio como una dificultad casi imposible de resolver, al encontrarse con la traba de no poder definir de modo positivo sus rasgos identitarios que lo diferencian de las demás disciplinas (p.1)

Históricamente, la comunicación, entre otras ciencias sociales, tuvieron dificultades para su conformación con respecto a otras, como ser las ciencias naturales. La disputa tuvo que ver con la dicotomía entre disciplina-campo, la especificidad del campo de la comunicación y otros conflictos que atravesó hasta consolidarse. A partir de las “revoluciones tecnológicas” se produce una “mediatización de la sociedad”. Lo que significa que, toda la estructura social se configura en relación a la existencia de los medios. Y es así, como los medios funcionan, actualmente, como “dispositivos de producción de sentido”.

El análisis del estatuto de la comunicación en el marco de los procesos de transformación en el propio “sistema de medios” que implica, para utilizar una fórmula “veroniana”, el paso de las sociedades con medios a las sociedades mediatizadas” (Diviani, p.1, 2010).

Otro de los autores que estudia la historia de conformación de las ciencias sociales es Wallerstein. Explica que, si bien al principio hubo líneas divisorias bien marcadas entre ciencias, posterior a la Segunda Guerra Mundial se da un fuerte cuestionamiento al respecto y emergen los llamados estudios interdisciplinarios.

Diviani (2010) describe cómo se formaron los estudios en Argentina y sus derivas en el campo de la comunicación.

Pareciera que en la Argentina se realizó a través de cruces y mixturas complejas que mezclaron lo formal y lo informal, lo académico y lo que está por fuera de esas instituciones, lo investigativo y lo ensayístico, lo político y lo científico, las “reglas propias del campo” y otros aspectos que lo trascendieron. (p.4).

En esta investigación lo que propongo es, precisamente, un objeto de estudio donde intervienen tanto las ciencias sociales como las ciencias naturales, y en la cual se ponen en juego discursos referidos a las ciencias médicas, ginecológicas, por medio de la producción de discursos de una profesional de la salud en redes sociales en un contexto de pandemia mundial. Analizando de qué manera esos discursos modifican o interpelen a quienes los emiten y a quienes los reciben.

Pero, justamente, de eso se trata: de establecer nuevos límites, de definir nuevos espacios de contactos, nuevas síntesis. En vez de insistir en una especialización reductora, se propone una complejidad que enriquezca. Nada tiene que ver esto con la interdisciplinariedad que, aun con las mejores intenciones, sólo consagra saberes puntuales. Se pretende lo contrario, hacer estallar los frágiles contornos de las disciplinas para que las jerarquías se disuelvan. La comunicación no es todo, pero debe ser hablada desde todas partes” (Schmucler; 1997: 151).



Captura de pantalla de 4 publicación de marzo de 2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023

En estas publicaciones podemos ver como utiliza el recurso de “reels” que mencionamos anteriormente. Se tratan de videos cortos y largos, en los cuales se puede utilizar texto, color, música, audios, imágenes y varios otros elementos.

Se observa como Flor combina no sólo conceptos referidos a la medicina y a la pandemia, sino también recursos de la red social para generar contenido e impacto en su audiencia. Conceptos relacionados a la medicina ginecológica, por ejemplo “¿cómo higienizar la vulva?”, cuestiones relacionadas a la salud femenina como es el caso de “Basta de violencia a la Mujer. Alerta ante señales”, con información relacionada al contexto histórico-social atravesado en ese momento, “TIPS para Prevención del Coronavirus” y “Coronavirus: prevención efectiva: la verdad”.

Verón (1993) afirma “toda producción de sentido, en efecto, tiene una manifestación material. Esta materialidad del sentido define la condición esencial, el punto de partida necesario de todo estudio empírico de la producción de sentido”. (p. 126)

Partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, sistema de acción cuyo soporte es el cuerpo, etc...) que son fragmentos de la semiosis. Cualquiera que fuere el soporte material, lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido.

Sí bien estos discursos fueron generados a través de la red social Instagram, Flor hace uso de su imagen, de su cuerpo casi en un primer plano, con gestos y utilizando un lenguaje claro, accesible y amigable, teniendo siempre en cuenta el difícil y complejo contexto que atravesábamos, con quienes lo reciben. Hace uso de múltiples recursos como ser videos, imágenes, color, texto, emoticones, etc... permitiendo una interacción casi permanente con su público por medio de comentarios en vivo o comentarios en las publicaciones de aquellos videos en el feed, me gustas, preguntas y respuestas, hashtags, etc.

Siguiendo a Fabbri, podemos hacer referencia al concepto sobre la complejidad del lenguaje, que mencionamos con anterioridad, y la noción de que “el lenguaje es a la vez analógico y digital” (Fabbri, 2000, p. 43).



Captura de pantalla de una publicación del 23/12/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023



Captura de pantalla de una publicación del 23/12/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023

Ambas imágenes pertenecen a la misma publicación y me parece interesante analizarlas ya que reflejan la participación activa de las usuarias, la manera en la que los discursos que son generados y circulan le mejoraron la calidad de vida a las mujeres que lo reciben, y cómo una muestra de legitimidad. Revela a @flordegineco como aquella vía de comunicación sobre salud ginecológica y salud femenina en Instagram, segura y autorizada.

Verón (1993) cuando explica la teoría de los discursos sociales como procesos de significación dice lo siguiente:

Las condiciones productivas de los discursos sociales tienen que ver, ya sea con las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso o de un tipo de discurso, ya sea con las determinaciones que definen las restricciones de su recepción. Llamamos a las primeras condiciones de producción y, a las segundas, condiciones de reconocimiento. Generados bajo condiciones determinadas, que producen sus efectos bajo condiciones también determinadas, es entre estos dos conjuntos de condiciones que circulan los discursos sociales (p.127)

Se puede considerar cómo este mensaje de una seguidora evidencia los efectos o interpretaciones que generan, al menos en esta oportunidad, los discursos producidos por @flordegineco.

“Tengo 71 años” “por todo lo que te sigo en tus vivos desde hace meses...” “Gracias totales, ahora volví a disfrutar de mi sexualidad” “es como vos decís”. Estas son algunas de las frases que la seguidora menciona, donde expone lo que significó para la mujer, de una edad mayor que de hecho no es la audiencia promedio de esta red social, la información compartida en este perfil, cómo la ayudó a cambiar sus hábitos o vida sexual y la importancia de la información que comparte y divulga como profesional, por ejemplo.

Flor además de compartir este mensaje cuidando la identidad de la seguidora, sube la publicación con un texto que se puede leer en la parte derecha de la imagen, parte de todo lo que dice es lo siguiente:

“Aquí les comparto una de las cientos de historias compartidas ... son estas historias que nos estremecen y nos interpelan hasta las entrañas”

Historias compartidas era un segmento que hacía de manera cotidiana, generando una rutina para que las seguidoras se conecten y participen de la actividad. Eran siempre los mismos días en el mismo horario. Así como mencioné en otra oportunidad, solía usar este recurso a modo de encuentro y debate en común. Con el paso del tiempo la cantidad de mujeres conectadas se incrementaba.

La manera en la que Flor escribe revela cierto sentimiento de pertenencia y empatía, utiliza el pronombre en primera persona plural, nos habla a las mujeres, suma una frase motivadora, afectuosa que nos hace sentir acompañadas. Continúa, como en cada una de sus publicaciones, con las preguntas reflexivas (¿Cuántas veces no nos animamos a girar y dar un vuelco a nuestra vida?) y los hashtags (#reinventarse #bienestar #flordegineco #educacionsexualintegral), para invitar y compartir con su comunidad.

Lorenzo Vilches (2011), en el texto “La investigación en comunicación”, refiere “De lo que se trata aquí es de analizar el cómo se dice lo que se dice” (p.3). Es decir, lo que contiene el mensaje, su significado e interpretación. “Se tienen en cuenta las

expresiones o las proposiciones, pues son la parte «visible» de los enunciados, los textos y de los elementos que los forman” (Vilches, 2011, p.3)



Captura de pantalla de una publicación del 13/12/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023



Captura de pantalla de una publicación del 13/12/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023

Ambas imágenes pertenecen a la misma publicación y se observa a la doctora en un programa de televisión hablando sobre “enfermedades de transmisión sexual”. Asimismo, como en la mayoría de las otras publicaciones, acompaña la imagen con texto. En la primera, comparte un mensaje informativo, claro y accesible a través de “tips importantes” para cuidar nuestra salud. Y en la segunda, se pueden leer comentarios de seguidoras.

Si bien los estudios acerca de la comunicación de las ciencias a la sociedad parecen coincidir en la idea de que comunicar no implica solamente transmitir información entre ciencias y sociedad, muchas de las prácticas comunicacionales institucionalizadas, no logran escapar del modelo de déficit cognitivo (Casasola, 2018, p.138).

Este modelo mencionado se vincula al de la divulgación científica tradicional, en la que consideran a la comunicación como vertical y jerárquica, desde los que tienen el saber a públicos que lo carecen. Comprenden que la información se dirige de un emisor activo a un receptor pasivo por un mediador que traduce y decodifica.

Actualmente, “entendemos a las redes sociales como nuevos medios de auto comunicación de masas” (Castell 2009) en donde los usuarios abandonan el rol de consumidores pasivos de información sobre ciencias y tecnologías para convertirse en productores de mensajes con contenido científico tecnológico propios de la era digital” (Casasola, 2018, p. 137).

La propuesta es entender a la ciencia como interactiva, como aquella capaz de construirse en conjunto, como un proceso y no un acto. Y a su vez, concebir a las redes, como aquellos espacios posibles de conversación, construcción, participación, escucha y opinión colectiva.

En este caso se puede observar cómo @flordegineco aborda la ciencia médica de manera interactiva y expone cuestiones relacionadas a la salud sexual, con lo que eso significa, en un programa de televisión primero, y luego, cómo adapta ese discurso a las redes. Deja en evidencia, cómo configura y transforma conceptos que pertenecen al campo de la medicina, con cierta censura social y cultural, como lo son los conceptos relacionados a la salud sexual y reproductiva, para conversarlos y debatirlos en los medios de comunicación.

En lo que respecta a la publicación en Instagram, también podemos ver cómo Florencia abre el debate y permite que charlen en la publicación, donde se lee la participación activa de sus seguidoras que le expresan comentarios, preguntas, opiniones sobre el tema en cuestión.

Proponemos abordar a la comunicación desde múltiples dimensiones: dialógica, educativa, informativa y participativa. Así, la comunicación social de la ciencia y la tecnología se presenta como la expresión de esas dimensiones en la trama social, a partir de la interacción de los diversos actores, sus contextos de producción y consumo, el encuentro de sus intereses y teniendo a las ciencias como objeto y protagonista de esos procesos sociales (Casasola, 2018, p. 140).



Captura de pantalla de una publicación del 07/12/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023



Captura de pantalla de una publicación del 07/12/2020 de @flordegineco realizada el 03/11/2023

Ambas imágenes pertenecen a la misma publicación. Se trata de un video en vivo que realizó y guardó en el feed acompañado de texto y otros recursos de la red social.

Castoriadis, un autor mencionado con anterioridad, plantea el concepto de los imaginarios sociales. Y menciona que existen dos, lo instituido y lo instituyente. El primero tiene que ver con lo heredado, lo permitido, lo impuesto a priori. Y lo segundo es lo posible a cambiar, transformar.

A partir de esta idea podemos reflexionar cómo @flordegineco elige comunicar ciencia de otro modo, es decir, construyendo los mensajes en un código que resulte accesible, claro y, que, asimismo, llame la atención y se adapte a las audiencias que los leen.

Siguiendo con la idea del autor, se puede interpretar como Flor rompe con la estructura jerárquica y vertical con la que se aborda la ginecología, configurada desde hace años y que estamos acostumbradas a percibir, para plantear de modo interactivo y dinámico, conceptos hasta incluso desconocidos para muchas mujeres, como lo son la mayoría de conceptos relacionados a nuestros cuerpos, sexualidad y salud femenina.

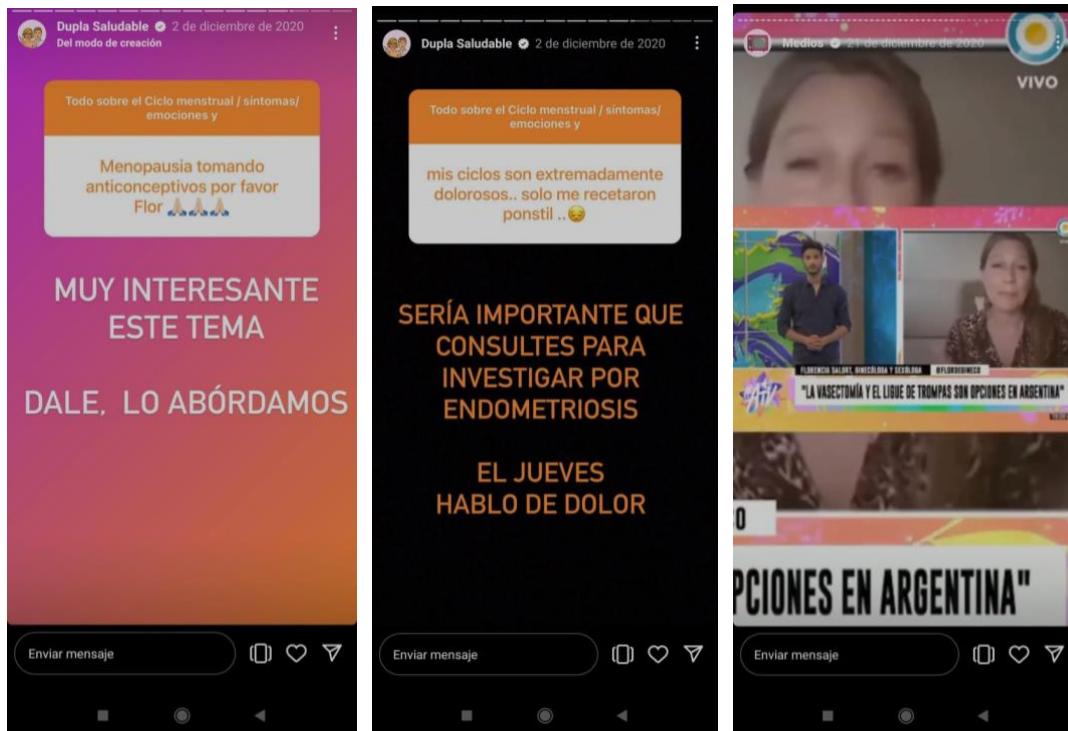
En varias entrevistas, Florencia ha manifestado que su deseo es aplicar la docencia a las redes. En esta publicación, podemos ver como se posiciona en un rol de docente, ya que dibuja con una lapicera sobre papel una figura de una “vagina”, a modo de visualizar cuestiones relacionadas al tema que está abordado.

Asimismo, acompaña la imagen con un mensaje escrito donde primero, explica de manera contundente y a modo informativo el tema a tratar. “El himen es un tejido membranoso que se encuentra en la entrada de la vagina”. Luego, elige plantear desde una perspectiva bien marcada cuestiones que tienen que ver con creencias y costumbres culturales y sociales en relación a las mujeres. “Se dice por ahí que cuando se lo tiene “íntegro” la mujer sigue siendo “virgen” porque no ha sido roto por la entrada de “un pene”. Esto es cultural y la verdad que no es de agrado para mi esa asociación”.

En la parte final del posteo, suscita una pregunta a modo de reflexión sobre el tema expuesto y abre el debate para, de este modo, integrar a su audiencia e invitarlas a compartir y leer opiniones, comentarios e ideas relacionadas.

Así, como en cada publicación que analizamos vemos que elige terminar sus posteos con preguntas reflexivas (¿Tiene sentido asumir que si el himen está intacto significa que la mujer no tuvo relaciones sexuales? ¿Qué opinan?), también opta por el recurso del hashtag (#sexualidad #mujer #flordegineco #ginecología) para agrupar información similar y atraer más seguidoras.

Fabbri, refiere a la importancia de la palabra como transformadora y menciona al lenguaje como aquel lugar de desafío, de riesgo, de responsabilidades. Lo que nos interesa es analizar cómo es que se construye la verdad en el discurso y cuáles son los modos que se usan para persuadir que lo que se dice es verdad.



Captura de pantalla de historias de @flordegineco realizadas el 03/11/2023

Estas tres imágenes pertenecen a 3 historias de @flordegineco en el 2020. Sabemos que las historias en Instagram son posteos efímeros, que duran sólo 24hs, excepto las que se guarden en “historias destacadas”, como fue el caso de estas tres, por eso se les hizo captura de pantalla para analizarlas.

El perfil cuenta con una serie de “historias destacadas”, entre ellas, las dos primeras de izquierda a derecha pertenecen al apartado “Duplas” y la última a “medios”.

En las dos primeras utiliza la herramienta de “preguntas y respuestas” para proponer un tema e interactuar con sus seguidoras. Se pueden leer dos testimonios de mujeres que consultan y preguntas dudas sobre salud ginecológica.

Uno de los objetivos planteados tiene que ver con reflexionar sobre la legitimidad del perfil para comunicar salud ginecológica en Instagram, y sobre la manera en la que sucede la interacción con su audiencia.

En ambas historias se evidencian testimonios de mujeres que exponen públicamente la necesidad o el deseo de conocer y aprender sobre el tema planteado, en la primera historia, por ejemplo, sobre una de las etapas más complejas y poco habladas de las que atraviesan las mujeres, como lo es la menopausia. Y en la segunda historia,

podemos observar otro testimonio, que hace referencia a una experiencia que pertenece al ámbito privado de la seguidora, que expresa abiertamente a modo de, quizás, buscar respuestas o ayuda en una profesional como lo es @flordegineco.

Y la última historia, está relacionada a una nota que Florencia hace en un programa de televisión en el canal de la Tv Pública y comparte a través de una historia el tema para así abrir el debate en dicha red social.

“La vasectomía y el ligue de trompas son opciones en Argentina” Analizando su discurso se nota que propone un tema sobre la salud sexual y reproductiva en un contexto de salud pública y cómo funciona en nuestro país.

Las redes sociales son vía fundamental que utilizan diversidad de divulgadores y expertos para difundir información científica. Con diferentes fórmulas, son numerosas las figuras de influencers científicos que se dedican tanto a la divulgación científica, como a combatir la desinformación y las fake news con la ayuda de la ciencia. Se trata de una figura nueva, pero con un importante impacto en determinados círculos sociales. En muchos casos, algunos perfiles en redes sociales han dado el salto al medio televisivo y participan de manera activa en programas y magazines para el público general (Gálvez de la Cuesta, 2021, p. 9).

Taylor y Bogdan (1984) explican “la conducta humana, lo que la gente dice y hace, es producto del modo en que define su mundo” (p.23) La tarea de los estudiosos de la metodología cualitativa es aprehender este proceso de interpretación.

Plantea el estudio a partir de dos enfoques, uno tiene que ver con el interaccionismo simbólico. “El interaccionismo simbólico atribuye una importancia primordial a los significados sociales que las personas le atribuyen al mundo que las rodea” (Taylor y Bogdan, 1984, p. 24).

Taylor y Bogdan citan a Blumer (1969), y declara que este enfoque reposa en tres premisas básicas.

La primera es que las personas actúan respecto de las cosas, e incluso respecto de las otras personas, sobre la base de los significados que estas cosas tienen para ellas. Es el significado lo que determina la acción.

La segunda premisa dice que los significados son productos sociales que surgen durante la interacción. Una persona aprende de otras personas a ver el mundo.

La tercera premisa fundamental, según Blumer, es que los actores asignan significados a situaciones, a otras personas, a las cosas, y a sí mismo a través de un proceso de interpretación. (p.25)

Entendemos, que las personas están todo el tiempo interpretando, decidiendo y actuando a medida que pasan diferentes situaciones. Porque cada persona ha

pasado y ha tenido diversas experiencias y ha aprendido diversos significados sociales.

Finalmente, el proceso de interpretación es un proceso dinámico. La manera en que una persona interprete algo dependerá de los significados que se disponga y de cómo se aprecie una situación (Taylor y Bogdan, 1984, p.26).

Conclusión

A partir de lo narrado y analizado podemos considerar algunas cuestiones que tienen que ver con la manera en la que el perfil @flordegineco construye sentido a través de discursos sobre salud y como esos discursos forman parte de una red que producen efectos sobre quienes lo emiten y quienes lo reciben, en la red social Instagram, en marzo y diciembre de 2020.

El contexto elegido es significativo ya que fueron las condiciones y restricciones de vida que atravesamos en aquel momento, las que @flordegineco supo explotar y utilizar para generar discursos en Instagram en relación a la salud e higiene femenina, la sexualidad y cuerpos de las mujeres, y posteriormente, conseguir tal circulación, repercusión y masividad con cada una de sus publicaciones.

Como mencionamos con anterioridad, la pandemia fue un suceso histórico mundial que repercutió, indudablemente, en la manera de relacionarnos y comunicarnos. De hecho, no sólo en este caso sino en muchos otros aspectos de la vida, también. Si bien, desde hace tiempo, estamos atravesados y estructurados, cada vez más, el uso de dispositivos tecnológicos y por las redes sociales, según nuestro análisis y otros estudios, podemos ver cómo este hecho impactó de manera significativa y, desde entonces, casi toda nuestra cotidianidad gira alrededor del mundo virtual, no sólo en Argentina sino a nivel global.

El modelo que observamos, a partir del análisis sobre la manera en la que @flordegineco construye sentido, se trata de un modelo dinámico e interactivo. Podemos decir que las usuarias participan y colaboran en la configuración de discursos que comparte Florencia, y a su vez, proponen temas e inquietudes para debatir, también. Es decir, que, en este modelo de comunicación, tanto emisor y receptor están en constante retroalimentación, construyendo y reconstruyendo sentido.

Las redes sociales, históricamente, han ido evolucionando tanto en contenido como en usuarios. Actualmente, la mayoría de las personas pasamos más tiempo en las redes que fuera de ellas. Es decir, que vemos reflejado el concepto de Van Dijk de "socialidad conectada", donde consideramos que lo que no pasa en internet no existe.

Si bien resaltamos la relevancia del espacio temporal en el cual nos situamos, también vale mencionar cómo @flordegineco supo utilizar su perfil para compartir y divulgar ciencia. Por ejemplo, la elección de un lenguaje accesible y empático en las redes para abordar conceptos relacionados a la salud y sexualidad de las mujeres. Propuso rutinas, como ser vivos con profesionales o famosos, la dupla saludable, la trivía de flor, entre otros, para generar espacios de encuentro, al menos, virtuales.

Sabemos que no es tarea fácil comunicar ciencia, y hasta no hace mucho, ni siquiera atractivo, Florencia Salort supo adaptarse y hacer de las redes un espacio de debate, escucha, reflexión sobre temas tan importantes y complejos cómo desconocidos muchas veces, como lo son aquellos relacionados a la salud de las mujeres.

Ya hemos mencionado con anterioridad, cómo la manera de hacer y difundir ciencia ha ido cambiando y transformándose con el paso del tiempo. Observamos, cómo @flordegineco viene a romper con esa estructura tradicional y jerárquica de la medicina, a través de mensajes para y por las mujeres, simples, claros, y a su vez, que llamen la atención en una plataforma virtual, para así crear nuevos métodos, nuevas perspectivas y así poner en agenda temas como: menstruación, maternidad, cuerpos, emociones, deseos, etc, incluso de manera participativa y amigable con las mujeres y toda la comunidad.

Además, podemos observar que hace uso de múltiples recursos y medios en Instagram. Por un lado, la combinación de texto e imágenes en el feed y por otro, el uso de recursos tales como: videos, preguntas/respuestas, emojis, gifs, música en las historias. Esto es posible por medio de un modelo de intercambio, ida y vuelta, donde sus seguidoras tienen la posibilidad de participar y junto a ella, como profesional de la salud, configurar nuevos conocimientos, saberes e inquietudes.

Esta perspectiva a través de la cual, construye sentido, posibilita una ciencia que resulta ser socialmente construida. Es decir, donde las seguidoras, forman parte de la red, aprenden y debaten temas que las atraviesan, interesan y les son comunes. Lo podemos ver en comentarios, historias y mensajes por medio de los cuales comparten sus dudas, miedos, experiencias y reflexiones.

Esto expone, de algún modo, la confianza, credibilidad y seguridad de la audiencia con la profesional de la salud, ya que se trata de temas relacionados a la intimidad, a la vida privada y, que tienen que ver con el desconocimiento, la vergüenza y el tabú, muchas veces.

En este análisis se ve reflejado, a su vez, no sólo las ventajas mencionadas con anterioridad, de la utilización de redes sociales para comunicar ciencia, sino del crecimiento en cuanto a la capacidad de combinar múltiples medios. Una nota en un medio de comunicación como la televisión abre el debate para una audiencia que no es, en su mayoría, la de redes. A su vez, ese debate continúa, se reconstruye y se configura en redes y da pie a otros temas e inquietudes comunes, así sucesivamente. De eso hablamos cuando mencionamos “hacer ciencia de otro modo”. Y esto le permite al perfil ir conociendo los intereses, experiencias, emociones y de un público, heterogéneo y diverso.

Castells explica que: “Hay un importante aumento de la sociabilidad, facilitado y dinamizado por la conectividad permanente y las redes sociales en la web” (Manuel Castells, 2014, p.17).

Por lo tanto, teniendo en cuenta el recorrido teórico y metodológico de la investigación, entendiendo que vivimos en una sociedad autoconstruida por conexiones en red, y en el marco de la pandemia, donde las redes sociales se convirtieron en aliadas para transmitir información de forma masiva e instantánea, podemos decir que @flordegineco descubrió, a través de Instagram, un escenario de posibilidades para configurar y comunicar discursos en torno a la medicina, a los cuidados femeninos y a la sexualidad, a través del uso de múltiples recursos y medios, para interpelar a su audiencia.

Como así también, supo proponer otra manera, más empática e interactiva, construyendo este rol de profesional de la salud en redes o “influencer”, para hablar de aquellos temas de los cuales no se habla demasiado y que, para muchas mujeres, son tan significativos, ya que, son temas que las atraviesan y contribuyen a mejorar su calidad de vida. Así lo exponen y lo reconocen en cada intervención donde participan y comparten, junto a @flordegineco y toda la red social.

A modo de cierre, y a partir de lo estudiado, podemos pensar y analizar cómo se va transformando la manera de comunicarnos, relacionarnos y de vivir en sociedad. La manera en la que se aborda y construye ciencia, también. Existen cada vez más aplicaciones y herramientas tecnológicas que abren un mundo de posibilidades en la era digital.

Por ejemplo, TikTok, es una aplicación de origen chino que se lanzó en 2016, pero no fue hasta 2020 que logró un amplio alcance a nivel mundial, acercándose a niveles de audiencias como las de Facebook e Instagram. Según estudios, su alcance tuvo que ver con la difusión de conocimiento científico, de manera creativa y fácil de entender, sobretodo en públicos jóvenes. Otra de las redes que está sumando cada vez más cuentas para difundir ciencia, es twitter. Por mencionar una, @chequeado es una cuenta creada para combatir las fake news, y de esta manera, erradicar mitos y acercar información de calidad, a través de mensajes breves, rápidos y frecuentes, con un máximo de 280 caracteres, para públicos masivos.

Seguramente en un futuro, lleguen otras maneras que se sumen a las formas actuales, otras que lleguen y las modifiquen, así como otras quizás ya no existan más. Y otras que vendrán por nuevos modos y métodos para continuar con la ardua tarea de configurar y compartir conocimiento científico.

Bibliografía

Barbero, J. Martín (1987) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona, España: Gustavo Gilli, S.A.

Bauman, Zygmunt (2000) Modernidad líquida. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Casasola, M. Soledad (2018) Nuevo paradigma comunicativo: lo 2.0, 3.0 y 4.0. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

Casasola, M. Soledad (2022) Contar las ciencias: experiencias y narrativas multiformatos. Rosario, Argentina: UNR editora.

Castells, M. (1999). Internet y la sociedad red. Recuperado de: <https://www.uoc.edu>.

Castells, M. (2014). Artículo "El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global". En el libro C@mbio: 19 ensayos clave acerca de cómo Internet está cambiando nuestras vidas. Open Mind BBVA.

Castoriadis, C (1997) *El Imaginario Social Instituyente*. Revista Zona Erógena N° 35. Buenos Aires, Argentina.

Colombo, A (2024) Semiótica. Apuntes de cátedra. Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.

Cruz, A. L. (2015). Bruno Latour y el estudio de lo social: construcción y actuación en red. Revista Lebre, 7. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás.

Díaz, Hernán y Uranga, Washington (2011). Comunicación para la salud en clave cultural y comunitaria. Revista de comunicación y salud: Editado por INICyS (Instituto Internacional de Comunicación y Salud).

Diviani, R (2010). Campo de la comunicación y procesos de mediatización. Reflexiones sobre la formación de los estudios de comunicación en la Argentina, sus derivas y las preguntas sobre su estatuto disciplinar.

Fabbri, Paolo (2000) El giro semiótico. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

Fabbri, Paolo (2013) *Semiótica, ¿Qué es la Semiótica?* Apunte de cátedra, seminario internacional. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Rosario, Argentina.

Fernández Bayo I, Menéndez O, Fuertes J. (2019) *La Comunidad Científica ante las Redes Sociales*. Madrid, Universidad Complutense.

Gálvez de la Cuesta, M. del Carmen. (Barrio Gértudix, Manuel y Fernández Rajas, Mario). (2021). *Comunicar la ciencia. Guía para una comunicación eficiente y responsable de la investigación e innovación científica*. Cap 6, *Comunicar la ciencia en las redes sociales*. Madrid, España: Gedisa

Gasparri, E. (2017). *La Comunicación Social de las Ciencias como política universitaria. Límites y potencialidades en la Universidad Nacional de Rosario*. Rosario: UNR Editora.

Igarza, Roberto (2012) *En la ruta digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso*. Buenos Aires, Argentina: Secretaría de Cultura de la Nación.

Latour, Bruno (1994) *Nunca hemos sido modernos. Ensayo de Antropología Simétrica*. Debate, Barcelona.

Najmanovich, Denis (2005) *La organización de redes en redes y organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Universidad CAECE.

Schmucler, H. *La investigación (1997), un proyecto comunicación / cultura en Memoria de la comunicación*. Argentina: E Biblos.

Taylor, SJ y Bogdan R (1984) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.

Van Dijk, José (2016) *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.

Verón, Eliseo (1987) *La Semiosis Social*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Gedisa, S.A.

Verón, Eliseo (2013) *La Semiosis Social 2*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.

Vilches, L (2011) La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.

Webgrafia

Artículo de la OPS (Organización Panamericana de la Salud) recuperada en:

https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0

Artículo del diario digital Expansión, (2021) recuperada en:

<https://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2021/02/10/6022c89de5fdea59448b459b.html>

Artículo de la revista online, Marketing Ecommerce. Cristina de la Hera (2022) recuperado en:

<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>

Artículo del blog Marino Latorre (2018), recuperado en:

<https://marinolatorre.umch.edu.pe/historia-de-la-web-1-0-2-0-3-0-y-4-0/>

Artículo de la Organización de las Naciones Unidas (1948) recuperado en:

<https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Artículo del OIME (Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos), María de los Ángeles Luna (2024) recuperado en:

<https://oime.com.ec/?p=1503>

Artículo del diario español El Mundo (2016) recuperado en:

<https://www.elmundo.es/promociones/native/2016/02/24/>

Artículo de la página web del Instituto de Salud Carlos III (2020) recuperado en:

<https://www.isciii.es/InformacionCiudadanos/DivulgacionCulturaCientifica/DivulgacionISCIII/Paginas/Divulgacion/ComunicacionCiencia.aspx>

Artículo de la página online, Sutori (2020) recuperado en:

<https://www.sutori.com/es/historia/las-tics-su-origen-evolucion-y-aportes-a-la-educacion--gpWHGu1ahY1FSw9PVu416db7>

Artículo del diario Infobae, de Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein (2022) recuperado en:

<https://www.infobae.com/sociedad/2022/06/14/cuales-son-los-medios-que-mas-se-consumen-en-la-argentina/>

Artículo sobre Instagram y su surgimiento (2022) recuperado en:

<https://rockcontent.com/es/>

Artículo de Carlos Diego Ibáñez Arias en la página de la Fundación Dr. Antoni Esteve, comunicación científica (2022) recuperado en:

<https://www.esteve.org/publicaciones/los-jovenes-quieren-ciencia-en-tiktok/>

Perfil de linkedin de Florencia Salort recuperado en:

<https://ar.linkedin.com/in/florenciasalort>

Artículo del diario online Aire de Santa Fe (2022) recuperado en:

<https://www.airedesantafe.com.ar/actualidad/quien-es-flor-salort-la-medica-que-derriba-mitos-traves-sus-redes-n320846>