

Algunas reflexiones sobre representaciones y medios

por **Alejandra Cebrelli**
y **María Graciela Rodríguez**

Resumen

El presente trabajo se centra en los regímenes de representación mediáticos de los subalternos en las sociedades contemporáneas. Como punto de partida, se hace una revisión de algunas de las reflexiones sobre la noción de representación social (RS) elaboradas desde la filosofía política, las teorías de la representación artística, la lingüística y la psicología social. Luego, se realiza una propuesta elaborada desde una perspectiva comunicacional que, apoyada en una sociosemiótica discursiva y fuertemente deudora de los estudios culturales y poscoloniales, se propone describir el funcionamiento de las representaciones en el contexto de la máquina mediática (RM). Finalmente, se abre el diálogo con los problemas del poder y los regímenes de visibilidad, teniendo en cuenta las modalidades de los procesos de producción de sentido cuando el foco mediático se coloca en prácticas y/o actores frecuentemente estigmatizados.

Palabras clave

Representaciones mediáticas - políticas de visibilidad - subalternidad

Abstract

This paper focuses on the media representation regimes of the subaltern classes in contemporary societies. The starting point is a revision of some reflections on the category of social representation (RS) made by several perspectives and theories like political philosophy, artistic representation, linguistics and social psychology. After that revision, we present a proposal elaborated from a communication perspective based on discursive semiotics and strongly in-debt of Cultural Studies and Postcolonial Studies. The aim of the presentation is depict the way media representations (RM) work in the frame of the media machine. Finally, we set out to a dialogue with the questions of power and the visibility regimes, taking in account the modalities of production of sense processes any time media representations spot practices and/or persons frequently stigmatized.

Key words

Media representations - visibility policies - subaltern

La representación de la diferencia no debe ser leída apresuradamente [...] La articulación social de la diferencia es una compleja negociación en marcha que busca autorizar los híbridos culturales que emergen en momentos de transformación histórica. [...] El "derecho" a significar desde la periferia del poder autorizado recurre al poder de la tradición para reinscribirse mediante las condiciones de contingencia que están al servicio de las vidas de los que están "en la minoría" Homi Bhabha, [1994] [2002]

Alejandra Cebrelli
alejaceb@amet.com.ar

Doctora en Humanidades, Universidad Nacional de Salta (UNSa), Argentina. Posdoctorado en Análisis del Discurso, Semiótica y Comunicación, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba. Directora, Docente y co-fundadora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de Salta, UNSa. Coordinadora de proyectos de investigación en el Consejo de Investigación, UNSa; en la Agencia Nacional de Ciencia y Técnica y en el Proyecto de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea. Estancia Posdoctoral en Medios, Cultura y Comunicación, en curso, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

María Graciela Rodríguez
banquo@fibertel.com.ar

Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA). Directora de la Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural del Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES), Universidad Nacional de San Martín. Docente de grado y posgrado, IDAES, y en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Dirige proyectos de investigación en ambas instituciones donde forma becarios y posgraduandos. Ha publicado libros sobre el tema de comunicación y cultura, y artículos en diversas revistas académicas.

Artículo:
Recibido: 25/03/2013
Aceptado: 11/08/2013

Abrimos este trabajo con un par de afirmaciones que se retomarán al final sobre los regímenes de representación mediáticos de los subalternos (Spivak, 2011), aunque atravesarán estas reflexiones operando como ejes orientadores. En primer lugar, la convicción de que la representación de la diferencia es siempre política y su intención es de naturaleza ideológica. En segundo lugar, el hecho de que representar a un sujeto puede ser entendido de dos perspectivas diferentes y complementarias: desde la práctica política,

se trata de un sujeto que se siente con voz autorizada para hablar por otro que se piensa sin voz; desde el campo cultural, re-presentar al otro supone asumir una conciencia capaz de aprehender al sujeto subalterno y, a partir de esto, construir un relato que le otorgue visibilidad. Pero, ¿qué rol juegan estos procesos en las sociedades mediatizadas que habitamos y nos habitan?

Para responder esta pregunta y los interrogantes, cuya respuestas van abriendo, haremos una revisión de la noción de representación social (RS) para pasar a las representaciones mediáticas (RM) y, desde ahí, abrir el diálogo con los problemas del poder y los regímenes de visibilidad cuando el foco mediático se coloca en prácticas y/o actores, frecuentemente, estigmatizados.

Abordajes al problema de las RS

Históricamente, los argumentos sobre las representaciones sociales (RS) dan cuenta de un momento clave en la emergencia y la definición de la representación como un problema y un tema a ser pensado. De ello surge una matriz, plenamente “moderna”, que resulta de la división del sujeto en dos: observador y observado. De hecho, al realizar un primer rastreo, Prendergast (2000) observa que la idea de representación se encuentra de modos originales en Rousseau, aunque en forma de rechazo. En efecto: motivado por un compromiso con el ideal de dos presencias, una política en la democracia participativa y otra humana en las relaciones cara a cara, la representación implicaría, para Rousseau, entrar en la esfera de las relaciones humanas alienadas, con la consiguiente pérdida de transparencia.

Pese a ello, la idea de la transparencia pervive en los modos de

entender la relación entre representación y representado, en muchos sectores y ámbitos de la sociedad contemporánea, pues evoca matrices de pensamiento muy anteriores, cuyas raíces se hunden en la historia y en la memoria de Occidente. Ello se hace muy evidente si se considera la etimología de la palabra, de origen grecolatino, cuya significación es “estar en lugar de”. Hasta acá podría pensarse que signo y representación son sinónimos. Pero si una representación social es un signo, en todo caso, es mucho más complejo que las nociones actuales en circulación. Para entender tal complejidad, hay que responder a la pregunta acerca de cómo una representación social “suple una ausencia”. Y acá aparecen dos respuestas posibles.

La más frecuente y habitual, siempre en circulación en la *doxa*, es que la representación es como un reflejo o que posee una forma de identidad con lo representado, fiel herencia, por otro lado, del dogma católico medieval (el *Corpus Christi* y el *Corpus Mysticum*).¹ La historia de la Iglesia Católica sostiene esta relación en el propio culto que, sin embargo con mucha frecuencia, identifica la imagen (icónica) con lo representado en la práctica ritual.² En tanto este dogma funciona como una matriz de sentido de temporalidad muy larga (y, por lo mismo, poco visible) en numerosas prácticas, discursos y universos representacionales de Occidente, en general, y de América Latina, en particular, el funcionamiento de las representaciones suele entenderse como una fusión (imposible, por cierto) de los elementos que mantienen una relación triádica del signo o, si se prefiere, entre el referente, el significante y el significado. En otras palabras, paradójicamente la relación representado-representación es percibida como una matriz dual que identifica y/o refleja uno en otra.

En sociedades complejas y mediatizadas como las actuales, esta percepción indujo a ciertas presunciones, particularmente aquella que señala que las teorías que entienden a las representaciones como “reflejos”, atribuyen a ellas mismas la responsabilidad deformadora, tal como sostiene García Canclini (1995). No obstante, recolocando el problema en las sociedades contemporáneas, este autor afirma que las representaciones también constituyen el orden simbólico y son esenciales para la creación de la subjetividad y la intersubjetividad.

La visión moderna y, de algún modo, desencantada, de Rousseau ha permitido a la ciencia construir, progresivamente, una perspectiva que niega el reflejo, considerando los efectos alienantes de la representación pero, al mismo tiempo, hace visibles sus mecanismos constructivos. Sin embargo, no sólo las teorías de la comunicación, la filosofía política, sino también las teorías de la representación artística, la lingüística, la psicología social, la semiótica o los estudios culturales han reflexionado sobre este concepto.

En este artículo presentamos, básicamente, una perspectiva comunicacional que, apoyada en una socio-semiótica discursiva y fuertemente deudora de los estudios culturales y poscoloniales, requiere considerar la tríada práctica social (PS), práctica discursiva (PD)³ y representación social (RS). Como punto de partida, se afirma que existe una no coincidencia entre las prácticas discursivas y el resto de las prácticas sociales, difracción ésta entre el hacer, el valorar y el decir que necesita de mecanismos de traducción, ya que no sólo se trata de lenguajes semióticos diferentes, sino de universos que, en algún punto, resultan inconmensurables. Es aquí donde la noción de representación resulta operativa para entender

una de las dimensiones sustanciales del proceso: “Desde esta perspectiva analítica, una representación funciona como un articulador entre prácticas y discursos, una especie de mecanismo traductor, en tanto posee una facilidad notable para archivar y hacer circular con fluidez conceptos complejos, cuya acentuación remite a un sistema de valores y a ciertos modelos de mundo de naturaleza ideológica. Gran parte de la capacidad de síntesis se debe a su naturaleza parcialmente icónica, fruto de que –en algún momento de su circulación– se ha materializado por medio de este tipo de signos y, por lo tanto, su percepción y su significación son deudoras de algún tipo de imagen que la refiere y con la cual se identifica. La imagen suele tener una alta recurrencia en las formaciones discursivas del momento de producción, lo que le otorga ciertos rasgos hipercodificados que posibilitan su reconocimiento inmediato. Esta cristalización parcial, nunca absoluta, se suma a una circulación más o menos sostenida no sólo en el momento de producción sino también a lo largo de un tiempo que puede ser tan extendido que sus marcas de origen no sean conscientes ni significativas para los usuarios contemporáneos” (Cebrelli y Arancibia, 2005: 94-95).

El funcionamiento descrito es fácil de reconocer en la vida cotidiana.⁴ Este complejo “traslapamiento”, parcial e incompleto, de representaciones y elementos icónicos de diferentes épocas y culturas en contacto, constituye lo que se denomina “espesor temporal de las representaciones” (Cebrelli y Arancibia, 2005, 2008 y 2013) y, por lo general, refiere a la matriz occidental del sistema representacional vigente.

Esta matriz configuró la modernidad y, por eso mismo, las instituciones y los dispositivos que fueron conformando las sociedades occidentales contemporáneas, tales como los medios de comunicación. No obstante, el desarrollo exponencial de estos últimos ha configurado un carácter inédito a las sociedades mediatizadas actuales (Verón, 1987), lo que amerita una reflexión acerca de la especificidad de las representaciones mediáticas. Porque si bien el espacio público no puede reducirse a los medios, estos co-participan de su construcción. La tecnologización actual del espacio público señala a los medios como portadores responsables, tanto de los tópicos como de las gramáticas por las cuales una sociedad se piensa a sí misma (Caletti, 2006).⁵ De hecho, desde la perspectiva de la psicología social (Moscovici, 1986 y 2000; Jodelet, 1986), y más específicamente desde la teoría de las representaciones sociales (TRS), se ha intentado extraer un potencial productivo al concepto para incorporarlo a los análisis socio-culturales. En estos planteos, el rol que se le atribuye a los medios es de fuente emisora que pone en circulación y/o construye representaciones intersubjetivas (Rodríguez Salazar, 2009). En algunos casos, se llega a sostener que las representaciones adquieren su carácter social por su circulación en los medios masivos, gracias a cuyas presiones ideológicas y a las imposiciones que ejercen sobre su audiencia, influyen casi inexorablemente en la estructuración de las relaciones sociales y de poder (Gutiérrez, 2006; Lara Piña, 2007). Sin duda, tales apreciaciones son insostenibles desde teorías de la comunicación más o menos contemporáneas ya que la base epistémica

de dicha relación se sostiene en las teorías administrativas de la comunicación y en un psicologismo intersubjetivo, que privilegia los mecanismos atributivos de grupos sociales, por sobre una dimensión significativa de lo social, como lo son los procesos de circulación.

En este sentido, consideramos que esta perspectiva pierde de vista la especificidad de las representaciones mediáticas (RM), porque las ubica en el mismo plano que las RS, y, por lo tanto, no contempla el modo en que los medios también construyen a sus públicos y audiencias en el proceso de consumo (Mata, 1995). A la vez, tampoco da cuenta de la complejidad de los procesos semióticos que opera a lo largo de un proceso co-productivo que, en el caso de los medios, se multiplican al máximo (Hall, 1980; Charaudeau, 2003). Todo esto lleva a retomar la reflexión situándola en la especificidad de las representaciones mediáticas y, más particularmente, en su articulación con los **regímenes de visibilidad hegemónica** (Cebrelli y Arancibia, 2010) y las **políticas de (in)visibilidad** (Reguillo, 2008). Se trata de un problema muy declamado, pero sobre el cual poco se ha reflexionado en el campo de los estudios en comunicación y cultura.

Para presentar, entonces, una revisión razonada y reflexiva de la especificidad de las RM, en esta presentación focalizaremos nuestros argumentos en torno de las representaciones producidas por los medios de comunicación, entendiéndolos como operadores de visibilidad y traducibilidad, y responsables junto con otros sistemas simbólicos de trazar mapas, organizar y engarzar el ordenamiento social histórico en la dimensión de la cultura.

Proponemos enfáticamente, que el campo de la comunicación necesita re-construir una mirada analítica (acaso perdida) que comprenda las representaciones mediáticas no sólo en su dimensión productiva (Charauveau, 2003), sino también en su dimensión **maquinica** (Grossberg, 2012). Dejaremos –para otra ocasión– la tarea de abrir la observación y el análisis a las experiencias concretas de los actores en escenarios no-mediáticos, y la relación de sus acciones con las restricciones de esas configuraciones simbólicas (Rodríguez, 2013).

Recorreremos, entonces, a partir de aquí, algunas consideraciones, revisiones y reflexiones, para intentar comprender los marcos de interpretación a partir de los cuales pensar –nuevamente– el entramado representacional y simbólico de una sociedad en los medios masivos. Entendemos que esta perspectiva nunca debió haber abandonado la exigencia de una colocación en series que, “asumiendo la discursividad social como dimensión sustantiva de la hegemonía, concibe a las representaciones como aspectos productivos de los sujetos y sus prácticas, y reconoce el estallido y configuración de formas expresivas y lenguajes” (Mata, 2006: 64).

Las representaciones en los medios

Consideramos en primer lugar que, el concepto de **cultura**, antes que una unidad simbólica de algún grupo homogéneo o que un repertorio finito a distribuir, implica una manera específica de comunicar esos sentidos. Comunicar implica poner en común, y en el mismo proceso, disputar sobre eso en común (Grimson, 2011). La producción y puesta en circulación de representaciones es una parte activa de la vida

en sociedad, un proceso fundamentalmente humano que moviliza a las instituciones, a las personas, y a los **aparatos culturales** (Grossberg, 2012), entre los cuales están los medios de comunicación.

A los efectos de un análisis comunicacional, no es por tanto relevante concentrarse en buscar la exacta remisión a una “verdad” referencial, ni en denunciar los grados de veracidad y/o distorsión de una representación respecto de aquello que sería su referente. Lo que interesa, más bien, es discernir los atributos de autoridad que permiten que “algo” tome el lugar de lo representable, dado que la representación es una particular construcción de sentido, producto de una operación de selección y síntesis, donde intervienen las gramáticas de producción y de reconocimiento (Verón, 1987). Si llevamos el análisis al ámbito de los medios masivos, podemos pensar que esas gramáticas se complejizan en sus tres aspectos por efecto de una función particular de mediación que, como adelantamos, es denominada **maquinica** (Grossberg, 2012) o **máquina mediática** (Charauveau, ibídem), pues implica un tipo particular de contrato de comunicación que muestra las particularidades de la situación comunicativa.

Por lo pronto, entonces, los discursos y las representaciones que acá se producen y/o entran, particularmente en relación a los géneros informativos, tienen un doble marco de producción: el de las condiciones situacionales (en el caso del sistema de medios comerciales, en una empresa cuya finalidad es la rentabilidad) y, a la vez, el de las condiciones enunciativas propiamente dichas, las cuales suponen una mediación entre hechos de la vida cotidiana (eso que, una vez construido por el medio, se traduce en cierto tipo de representaciones de lo “real social”).

A la vez, el contrato mediático de esta instancia de producción implica una gran cantidad de actores heterogéneos, al punto que resulta una co-enunciación, cuya intencionalidad significativa corresponde al encuadre del medio pero también al perfil, al género y, aún, al estilo del programa o sección en cuestión. Charauveau denomina **instancia mediática** al momento de **producción discursiva interna** que está estrechamente relacionado con las prácticas productivas y con las rutinas del medio. Esta compleja situación de producción derriba, definitivamente, cualquier ilusión especular en la relación representación mediática-mundo representado, ya que implica procesos de transformación y de transacción múltiples en los que participan muchos agentes cuyas posiciones e intereses suelen ser heterogéneos.

Este tipo de contrato funciona en todo producto mediático (un diario, un programa radial) pero, resulta más evidente en aquellos en los que participa la imagen. Uno de ellos es la televisión, que se destaca por la singular situación comunicativa mediática que actúa como un escenario teatral, donde no sólo se interpretan los cambios sociales sino que además se les otorgan valores simbólicos. Las representaciones mediáticas, entonces, adquieren un doble estatuto de espectacularización: en primer lugar porque adquieren una primera dimensión que deviene del compromiso que toda RS tiene con la sustitución y con lo icónico (antes señalado) pues, como dice Marin, “el prefijo re- importa al término el valor de la sustitución. Representar es entonces mostrar, intensificar, redoblar una presencia. Para representar a alguien, ya no se trata de ser su heraldo o su embajador, sino de exhibirlo, mostrarlo como si fuera de carne y hueso”

(Marin, 2009: 27). Pero también, en segundo lugar, porque los medios instalan mitos que recogen una serie de representaciones flotantes (Cebrelli y Arancibia, 2005) y le dan cierta **figuratividad** (Imbert, 1999). En ese sentido, visibilizan lo invisible y naturalizado de la sociedad y la cultura, hasta fundar la ilusión de realidad que comienza por opacar todo el proceso productivo.

El conocido “es verdad, lo vi en la tele”, acentúa la identificación del sujeto con el medio, dando a la representación cartas de realidad, fortaleciendo el contrato que une audiencia y medio pero, en este caso, el contrato ya no se funda en la creencia o en el entendimiento, sino en la visión. La primacía del ver sobre el creer le da a la representación mediática –y en especial a las audiovisuales–⁶ un estatuto de doble espectacularidad que produce el efecto de invisibilizar la mediación. Este efecto de realidad se produce cuando coinciden las dos instancias de recepción de la máquina mediática: la recepción interna o **instancia blanco**, prevista por el medio y en estrecha relación con el encuadre y la línea editorial, y la recepción externa o **instancia público** (audiencia empírica).

Esto no significa que, aunque las representaciones mediáticas puedan percibirse, en su naturalización, como reflejos “perfectos” de lo real, sean inocuas, sino todo lo contrario; en su circulación se aumenta el efecto de realidad, si bien no vinculado mecánicamente con los referentes empíricos que la constituyen. En todo caso, es más pertinente abordar la idea de “lo real”, en un sentido *foucaultiano*, es decir no como una instancia global a ser restituida, sino como la trama

de objetos sociales (un tipo de racionalidad, una forma de percibir, una tecnología, una práctica, un discurso, entre otros), cuya equivalencia fundamental es similar y donde, por lo tanto, lo esencial no consiste en distinguir entre grados de “realidad”, sino en comprender la articulación de los regímenes de práctica y las series de discursos que producen, lo que es lícito designar como la “realidad” en un momento dado (Chartier, 1999). Y acaso si hubiera una correspondencia plena debería ser comprendida como un logro y no como un dato. Pues, en definitiva, toda correspondencia naturalizada responde, en verdad, a una relación históricamente concreta. Como afirma Chartier: “La relación de representación se ve entonces alterada por la debilidad de la imaginación, que hace que se tome el señuelo por lo real, que considera los signos visibles como índices seguros de una realidad que no lo es” (Chartier, 1999:59).

Entonces, sintetizando hasta acá, las RM no poseen relación necesaria de similaridad con su referente, si bien entrañan una efectividad a partir de la construcción del efecto especular y del verosímil por el efecto maquínico acá explicado. Pues, como dice De Certeau, una representación es “una convención [...] que tiene el triple carácter de poner de manifiesto una totalidad en sí misma inasequible, de ser susceptible de un control, por último, de tener una función operativa al ejercer un cierto poder” (1996: 54).

En este punto, resulta imprescindible preguntarnos sobre el efecto de transparencia de las RM, en tanto opaca las “distorsiones” maquínicas y los atributos de autoridad que permiten que “alguien” o “algo” pueda

o no ser representado; en ese caso, de qué manera y, más importante aún, si recibe el atributo de sujeto o de objeto en el proceso de representación. En otras palabras, la reflexión sobre los regímenes de visibilidad de las RM se vuelve fundamental a la hora de preguntarse sobre cómo se representan los actores subalternos y sus prácticas, hasta qué punto pueden tomar la voz o son “hablados” por estos dispositivos maquínicos y, en ese caso, cuáles serían las estrategias para que los representados se corran de representaciones estigmatizantes que los colocan en lugares que nadie quiere ocupar en el tejido social.

¿Quién dice qué y cómo? Un problema de poder

En esa vía *foucaultiana*, postulamos la necesidad de pensar los modos en que una “verdad” se hace creíble para una sociedad determinada (De Certeau, 1999), antes que intentar dar cuenta de la calidad vicaria de las representaciones. De allí que más que las preguntas por la referencialidad en sí, lo que importa es formular los interrogantes que Said (1990) se hace a propósito del orientalismo: ¿qué se representa?, ¿quién lo representa? y ¿cómo se representa al otro? Es decir, las preguntas por el objeto, el sujeto, los referentes y la validación social de las representaciones.

Este desplazamiento teórico, que proponemos desde los interrogantes sobre el principio de correspondencia con “la realidad” hacia las cuestiones del poder y la ideología implica, en primer lugar, que en el análisis de las representaciones queda excluida la pregunta por las “intenciones” del individuo pro-

ductor, en tanto éste no es más que un conjunto de posiciones de sujeto (Laclau y Mouffe, 1987) o, desde la teoría de los discursos sociales, un lugar de producción (Verón, 1987).⁷ Este lugar de producción, socialmente determinado, señala a su vez el proceso de naturalización que se establece en el entramado representacional de un imaginario, e indica que el campo de representaciones es un campo relativamente controlado que legisla los modos en que un grupo se va a ver a sí mismo, así como las posiciones que se ocupan en el orden social. En otras palabras, que en función de las relaciones de poder que se establecen entre el sujeto y el objeto de la representación, ésta posee funciones legitimantes y legislativas y no se constituye como mero reflejo, sino como fuerza activa en la construcción social de la realidad (Bourdieu, 1988).

Pero hay algo más: y es que las preguntas de Said no sólo ponen en cuestión las relaciones entre sociedad, cultura y poder sino que, además, cuando se las ubica en relación a las representaciones de la subalternidad, como es el tema que nos ocupa en esta oportunidad, hace emerger un doble interrogante: por un lado, en relación con el cuestionamiento sobre la capacidad y la legitimidad de una representación de hablar por otra cosa (Bourdieu, 1988; Bourdieu y Wacquant, 1995); y, por el otro lado, porque toda representación de lo subalterno implica, además, un gesto de **violencia simbólica** que proviene de la suposición de que los “débiles” (De Certeau, 1996) “no pueden” nombrarse a sí mismos, ni producir metadiscursos sobre sus prácticas.

Por ende, para desentramar entonces los mecanismos por los cuales esas representaciones in-

gresan y circulan por el imaginario social, habrá que discernir qué se representa, quién representa y cómo. Encuadrados en estos interrogantes, nos propusimos indagar, entonces, sobre los mecanismos de construcción de las representaciones mediáticas sobre grupos no hegemónicos, con la convicción de que estas representaciones co-producen los marcos de comprensión cognitivos y culturales respecto del ordenamiento de las desigualdades y las jerarquías de una sociedad. El procedimiento analítico, vale la pena aclarar, fue de lo concreto a lo abstracto, en un proceso inductivo de construcción colectiva que iba enhebrando rasgos en común y variedades distintivas a medida que cada una de las investigaciones parciales iba cobrando densidad. A lo largo de estos años las instancias de intercambio grupal e intergrupal y el propio proceso de discusión hacia adentro de los equipos de investigación, nos condujo a considerar que tanto las regularidades como las peculiaridades de cada caso investigado podían ser objetivadas y atravesadas por un proceso de abstracción analítico. En su concurrencia, constatamos que se inscriben en el encuadre de un particular régimen de visibilidad de la hegemonía que, entendemos, es el resultado de un momento histórico concreto que tiene innegables anclajes con las condiciones contemporáneas de producción y consumo, y también con el entramado económico del mapa mediático de los últimos 20 años.⁸

El dato que dio comienzo a este recorrido proviene de la propia escena mediática que, desde fines de los noventa y principios de los 2000, evidenció una pronunciada sobre-representación de grupos y sujetos, hasta ese momento poco menos que condenados al silen-

cio y a la oscuridad. Los resultados de un estudio realizado por el ex-Comité Federal de Radiodifusión (COMFER)⁹ –actual Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)– señalan que entre los años 2001 y 2008, creció considerablemente en la programación argentina la tematización de la pobreza y la marginalidad. Así, el trabajo infantil en la calle con los “chicos limpiavidrios”; la delincuencia juvenil con los “pibes chorros”; la prostitución; la situación laboral de los migrantes regionales; los actores del colectivo LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales); el uso de sustancias psicoactivas con los “pibes poxi” o los “paqueros”, por mencionar sólo algunos ejemplos, obtuvieron una visibilidad inesperada que los convirtieron en “personajes” protagónicos de las crónicas televisivas diarias, y esto tanto en los noticieros como en aquellos programas del género informativo, conocidos como periodísticos testimoniales o documentales periodísticos “de investigación”.¹⁰

A partir de ese dato, comenzamos a indagar sobre las modalidades de representación mediática de los sectores que, en principio, agrupamos como subalternos –si bien entendemos que a la vez son subalternizados por las operaciones históricas, simbólicas y políticas, de ordenamiento social–. Descubrimos que, pese al poder de los regímenes de representación instituidos, sus voces, sus modos de mirar(se) y decir(se) se cuelan en los discursos mediáticos, contaminándolos e hibridándolos con los valores y sentires de los sectores menos privilegiados de la sociedad. De allí que hayamos incluido indagaciones sobre cómo se representan y son representados en el fotoperiodismo, en los

documentales periodísticos o en la ficción televisiva, grupos sociales y haceres que pertenecen a sectores populares, frecuentemente estigmatizados por los diversos géneros mediáticos. Por otro lado, resulta de particular interés el análisis del modo en que se miran a sí mismos los periodistas precarizados del interior del país (Arrueta)¹¹, no sólo porque toca un tema de vacancia en los estudios sobre periodismo, sino porque aporta a la investigación de las formas de autorrepresentación de quienes resultan productores y traductores privilegiados de otros subalternos y de sus prácticas en los medios masivos.

La dualidad que emana de la condición de las representaciones massmediáticas obliga a desechar cualquier afirmación acerca de que un texto contenga o imponga un sentido fijo, concepción que no puede sostenerse ante la evidencia de que existen interpretaciones diferenciales de los textos, como también es necesario descartar la idea de que el texto se abre en plenitud ante el lector como si fuera sólo éste el sitio donde se construye sentido. Aún más, es necesario tener en cuenta las clausuras interiores en la estructura de codificación que forman parte de los objetivos de la emisión por introducir, en el texto, una dirección que intenta establecer una de las posibles interpretaciones como la “lectura preferencial” (Hall, 1980). Se trata entonces no de una imposición, sino de una “invitación” para la construcción de sentido en el marco de un juego pleno entre audiencias y textos que decidirá, en última instancia, lo que queda dentro y fuera, lo audible y lo perceptible de lo real, representado por los medios.

Decir, hacer, hablar. De la hiper-visibility la visibilidad

Precisamente, como una manera de pensar qué es inteligible y qué no, cómo se organizan simbólicamente los grupos, qué queda fuera del dispositivo, y cómo, de qué manera, en fin, se presenta el mundo a conocer, Reguillo (2008) propone centrar el foco en las estrategias de gestión de la mirada, consideradas como un conjunto articulado (de allí la elección del término “políticas de la (in)visibilidad”). Sostiene, entonces, *foucaultianamente*, que pensar este conjunto articulado de estrategias de administración de la mirada social implica la construcción conjunta de relaciones de saber/poder, que recoloca la pregunta fundamental por el “otro” en el campo de la comunicación y la cultura. Por ende, es necesario atender no sólo a lo que se incluye, y cómo, en un contexto dado, sino también a lo que es expulsado y/o incluido bajo ciertas premisas, como muestran algunos trabajos presentados aquí (Vázquez¹² y Álvarez Broz¹³).

No es suficiente la emergencia de escenarios donde existen muchas “voces”, como si esto fuera la única condición necesaria para la democratización de los grupos subalternos. El caso del programa televisivo “Esta es mi Villa” (que se emitió durante 2012 por la señal *Todo Noticias*) es un claro ejemplo de cómo este tipo de narrativas mediáticas, supuestamente pluralistas, no hacen sino reemplazar el carácter “invisible” de la desigualdad por nuevos modos de segregación, basados en una visibilidad máxima que cristaliza los estigmas y fosiliza los lugares sociales, dejando la impresión de

que el ascenso social es imposible. De hecho, la hiper-visibility está mediada por comentarios y encuadres cognitivos que oscurecen la palabra, contribuyen al estigma, califican/descalifican, producen discursos morales y, difícilmente, les concedan la plenitud de una experiencia sociocultural y política.

De allí que, entonces, nos centremos en el intento de develar lo que, en las representaciones mediáticas se naturaliza al punto de volverse “invisible”: la trama de elementos retóricos y enunciativos que, en conjunto, refuerzan las significaciones aceptadas, reinscribiendo las regulaciones simbólicas en la estructura de sentimiento dominante (Delfino, 1998).

No obstante, y si hasta acá el panorama parece desolador para quienes no ostentan el poder y pretenden que un diario o una pantalla televisiva les devuelva una mirada de sí mismos que les permita valorarse, apreciar sus prácticas, sus haceres y sus tradiciones, entendemos que es necesario también dar cuenta de los sentidos-otros que habilitan estos mismos marcos, a partir de acciones que los corroan. En ese sentido avanza la indagación sobre los grupos que conforman el colectivo LGBT (Settanni)¹⁴. Sostenemos, con Hall, que “debe tenerse en cuenta que los sentidos son siempre cambiantes y se deslizan, por lo tanto, los códigos operan más como convenciones sociales que como leyes fijas o reglas inquebrantables. A medida que los sentidos se corren o deslizan, los códigos de una cultura cambian imperceptiblemente” (2010: 477).

Apostar al deslizamiento, a la transgresión casi imperceptible parece ser la respuesta para comenzar

a cambiar los códigos, para hacer audible las voces de la diferencia y para que éstas vehiculicen sus propios regímenes de representación en los medios. Pues, pese a la indudable potencia hegemónica de la máquina mediática, es posible pensar en la irrupción de la voz y la mirada de los subalternos, a través de los discursos mediáticos, contaminando o re-organizando las representaciones hegemónicas y cambiando las valencias. Un caso para citar es el de la fotografía, en general, y el fotoperiodismo, en particular, que pueden considerarse como articulaciones, capaces de poner “en diálogo” la mirada productora (medio, fotógrafo) y la interpelación de los retratados a la cámara, a modo de co-productores de las representaciones resultantes (Barrios¹⁵). Otro caso son las nuevas teleseries, que cuentan otras historias, recuperando narrativas que, hasta hace muy poco, circularon en una oralidad casi vergonzante, en tanto se construyen desde una cuádruple mirada y voz subalterna: femenina, trabajadora, militante y peronista (Arancibia¹⁶).

Fuera de los medios masivos y ya en el marco de los medios alternativos y/o comunitarios, cuyas lógicas, modos de producción y circulación son muy diferentes de los medios tradicionales, es posible encontrar modos propios de visibilidad del subalterno.¹⁷

Por eso mismo, en la adopción de esta perspectiva, focalizamos sobre las maneras en que ciertos bienes de la cultura, y específicamente las representaciones mediáticas subalternantes, trazan fronteras simbólicas, proponen clausuras a la significación y, a través de una **sutil combinación de mediaciones** (Barker, 2003: 27), contribuyen al reforzamiento de la organización del encuadre relacional entre gru-

pos sociales. Pero a la vez, proponemos advertir los modos en que los subalternos filtran sus propias voces e identidades en los intersticios de un discurso que, como el mediático, produce el efecto de toda hegemonía: la homogeneidad absoluta del mundo representado.

Develar la trama de mediaciones que regulan y codifican el trabajo sobre las representaciones del subalterno, que se elabora durante la instancia mediática ya referida, es una forma de apostar a que, tal vez en un futuro no tan lejano, cada uno de nosotros tenga un lugar en el mundo donde la voz, la palabra y la mirada posea el mismo estatuto de la de los poderosos. Como se dijo, ya existen modos de insertar –si bien en ámbitos de circulación mucho más restringida– las voces de los subalternos desde sus propios regímenes de representación.

Las vías de indagación, entonces, para el análisis de las representaciones mediáticas, apropiándonos de una idea de Gruzinski (1995), es la convicción de que las imágenes, así como las ideas, presentan escollos a la interpretación, porque constituyen en sí mismas la manifestación de una estructura que las desborda, pues son la expresión del orden y de la economía de un conjunto compuesto por prácticas, representaciones y discursos de carácter social, por más que estén trabajados maquínicamente por los medios. Pero estos mismos escollos no son sólo evidencias de posiciones de subalternidad, sino que también permiten las fisuras, las contaminaciones, los deslizamientos sutiles de los códigos y, con todo ello, la posibilidad de hacer de este mundo un lugar más justo.

En definitiva, reflexionamos sobre las representaciones sociales y mediáticas porque estamos convencidas de que son fuerzas trabajando

en el campo cultural, energías y formas, que no sólo circulan de manera relativamente autónoma por el imaginario, sino que esclarecen el mundo y revelan las conexiones internas. O su ausencia.

Notas

1 En la Iglesia Católica se encuentra el surgimiento y la legitimación del significado político de “representar” y se relaciona con la noción de *Corpus Mysticum*. Originariamente, el cuerpo místico era la eucaristía (el Evangelio de San Pablo es una muestra de ese uso). La representación tenía el sentido de suplir una ausencia, estar en lugar de Cristo (*Corpus Christi*), tal como lo señala Debray al referirse a la historia de la imagen en Occidente (1994) y se retoma en Cebrelli y Arancibia (2013) en relación con el problema de las representaciones sociales.

2 Las advocaciones marianas son un buen ejemplo de lo antedicho. El culto a la Virgen de Guadalupe (México) tiene rituales localizados socioculturalmente que difieren de los de la Virgen de Urkupiña (Bolivia). Pese a que el dogma católico considera una sola Virgen María, los fieles siguen a una u otra advocación, realizan los rituales frente a sus imágenes (que difieren entre sí) y a las que, además, atribuyen ciertos poderes y virtudes específicas.

3 Se entiende que una práctica discursiva es una práctica social y es el modo en que se dice, se explica y –en parte– se reproduce alguna de ellas (por ejemplo, práctica política–discurso político), aunque no mantienen ningún tipo de relación de identificación plena o de reflejo.

4 Cuando a alguno de nosotros, miembros de la cultura occidental y cristiana, se le pide que represente plásticamente el amor, suele dibujar un corazón atravesado con una flecha. La imagen es tan habitual que oculta el origen europeo, religioso y medieval de la estrecha relación entre la noción de amor y la figura del corazón, fundado en la iconografía sacra del Corazón de Jesús. Allí también se funda la relación entre la pasión amorosa y el color rojo con la significación de sufrimiento, del dolor y del castigo como consecuencia natural del goce y del placer. Por su parte, la flecha que lo atraviesa resulta de la superposición de la misma iconografía sacra con una banalización del mito de Cupido, de origen grecolatino.

5 Afirma Caletti que “la tecnologicidad que atraviesa el espacio público puede ser entendida como otro de sus componentes constitutivos. El espacio público es tal en virtud de los procesos de comunicación de amplia escala que los instauran”. Y aclara a la vez que “no son los procesos sociales de comunicación de amplia escala quienes construyen lo público, ni como causalidad ni como demiurgia. Pero tampoco podrá construirse lo público sin ellos” (2006: 64). Para una perspectiva relativamente distinta, ver Ferry, Wolton y otros (1998).

6 Esto funciona en la televisión y en la prensa, particularmente gracias al fotoperiodismo y se acentúa en la prensa *on line*. En la radio funciona otro tipo de contrato, basado en la imagen acústica, por lo cual requiere de una reflexión particular que excede este trabajo. Asimismo, cabe destacar que tanto el cine de ficción como documental toman de base el mismo contrato mediático, si bien es mucho más fuerte el efecto de verosimilitud en el segundo y, por ende, el poder que se ejerce sobre los actores sociales y las prácticas representadas.

7 También en este sentido consideramos que la TRS deja a oscuras los juegos de poder que implican la legitimidad de representar de algunos actores, aplanando las dinámicas de construcción efectiva de la hegemonía cultural.

8 Con la sugerencia de prestar atención a los condicionantes económicos presentes en las dimensiones culturales, Mattelart (2011) sugiere que es necesario reconciliar la tradición de los estudios culturales británicos con la economía política de la comunicación, preocupada esta última por el giro “textualista” que, consideran, han adquirido los primeros. Si bien no podemos extendernos aquí sobre ese tema, asumimos que este escenario es conocido por los lectores. No obstante, no es ocioso resaltar, como ya señalamos en otro lugar (Luchessi y Rodríguez, 2007) que las grandes empresas de medios deben ser consideradas actoras políticas de peso pleno en las disputas hegemónicas, y no meras

reproductoras de los sentidos sociales. Para ampliar, ver Mattelart (ibídem). Contemplamos, entonces, la necesidad de tomar en cuenta en estos análisis a los atributos más “duros” de la economía política de la comunicación, para fortalecer el diálogo entre esta vertiente y la que privilegia la cuestión de la dimensión cultural, en ambos casos considerándolos como esferas indisolubles.

9 “Informe Agenda”, elaborado por el área de Evaluaciones (de contenidos), COMFER.

10 Con este sintagma agrupamos a aquellos formatos pseudo-informativos que intentan “mostrar la realidad” a través de una espectacularización, que combina información, ficción y entretenimiento (Vilches, 1995). La característica principal de este género, que Ciambrellani denomina **neoperiodismo** (1997), es que el contrato de lectura propone la aceptación de la veracidad de una representación que se presenta como “realista” (Palma, 2008). Siguiendo a MacCabe (1981), las convenciones realistas conllevan la pretensión de transparencia y el enmarcado de un meta-lenguaje que oculta la autoría y la posición de enunciación, lo que produce un efecto de naturalización.

11 “Una mirada desde los escenarios de tensión”, en esta edición de *Trampas de la Comunicación y la Cultura*.

12 “Agencia, inmigración y medios de comunicación”, en esta edición de *Trampas de la Comunicación y la Cultura*.

13 “Usuarios de drogas en la TV”, en esta edición de *Trampas de la Comunicación y la Cultura*.

14 “Las Marchas del Orgullo LGBT y las paradojas de la visibilidad mediática”, en esta edición de *Trampas de la Comunicación y la Cultura*.

15 “Capturas de sentimiento de la cultura popular-masiva”, en esta edición de *Trampas de la Comunicación y la Cultura*.

16 “Entramando la historia en las ficciones televisivas argentinas”, *Trampas de la Comunicación y la Cultura*.

17 Puede citarse como ejemplo contrastivo del citado programa del *Canal TN*, “Mundo

Villa”, una pequeña plataforma mediática nacida al calor del debate sobre la necesidad de promover una comunicación más democrática en la Argentina, y que tiene por objetivo contar en primera persona lo que le sucede a los humildes habitantes de la Villa 31 en Buenos Aires. Ver <http://actualidad.rt.com/sociedad/view/94156-mundo-villa-argentina-medios> [consulta: 16 de abril de 2014].

Bibliografía

- BARKER, Chris (2003). *Televisión, globalización e identidad cultural*, Barcelona, Paidós.
- BHABHA, Homi (2002). *El lugar de la cultura*, Buenos Aires, Manantial.
- BOURDIEU, Pierre (1988). “La codificación”, “Los usos del pueblo” y “Espacio social y poder simbólico”, en *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa.
- y WACQUANT, Lóic (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, México DF, Grijalbo.
- CALETTI, Sergio (2006). *Comunicación y espacio público. Notas para repensar la democracia en la sociedad contemporánea*, Buenos Aires, Mimeo.
- CEBRELLI, Alejandra y ARANCIBIA, Víctor (2005). *Representaciones sociales. Modos de mirar y de hacer*, Salta, CIUNSa-CEPHa.
- (2010). “Visibilidad y representaciones de los aborígenes de San Martín del Tabacal. Palabras [entre]cruzadas e imágenes [des]encajadas”, ponencia presentada en “II Congreso de Redcom”, Mendoza, UNCuyo.
- (2013). “Curso sobre Comunicación y Representaciones Sociales”, Maestría en Ciencias Sociales con orientación en Comunicación Social, Quilmes, Universidad Nacional de Quilmes.
- CHARTIER, Roger (1999). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*, Barcelona, Gedisa.
- CIAMBERLANI, Lilia (1997). “Los procesos de hiperreferencialización. Del discurso de la actualidad a los reality shows”, en VERÓN, Eliseo y ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia (comps.). *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa.
- DE CERTEAU, Michel (1999). *La cultura plural*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- (1996). *La invención de lo cotidiano I. Artes de Hacer*, México DF, Universidad Iberoamericana.
- DELFINO, Silvia (1998). “Desigualdad y diferencia: retóricas de identidad en la crítica de la cultura”, en *Doxa. Cuadernos de Ciencias Sociales*, N° 18, Buenos Aires, pp. 28-44.
- ECO, Umberto (1981). *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen.

- FERRY, Jean-Marc; WOLTON, Dominique y otros (1998). *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- GARCÍACANCLINI, Néstor (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México DF, Grijalbo.
- GRIMSON, Alejandro (2011). *Los límites de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- GROSSBERG, Lawrence (2012). *Estudios Culturales en Tiempo Futuro*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- GRUZINSKI, Serge (1995). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a 'Blade Runner' (1492-2019)*, México DF, FCE.
- HALL, Stuart (1980). “Encoding/Decoding”, en HALL, Stuart y otros (eds.). *Culture, media, language*, Londres, Hutchinson.
- (2010). *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, en RESTREPO, Eduardo; WALSH, Catherine y VICH, Víctor (eds.), Instituto de estudios sociales y culturales Pensar, Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos, Universidad Andina Simón Bolívar, Envión Editores, Popayán.
- IMBERT, Gérard (2004). “De lo espectacular a lo especular: apostillas a ‘La sociedad del espectáculo’”, en *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, N° 9, pp. 69-81.
- JODELET, Denise (1986). “La representación social: fenómenos, concepto y teoría”, en MOSCOVICI, Serge (comp.). *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*, Barcelona, Paidós.
- LACLAU, Ernesto y MOUFFE, Chantal (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*, Madrid, Siglo XXI.
- LARA, Piña (2007). “Representación del discurso y representaciones sociales del maestro y del movimiento magisterial de Chiapas”, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- LUCHESSI, Lila y RODRÍGUEZ, María Graciela (2007). “Cultura, política y medios de comunicación”, en LUCHESSI, Lila y RODRÍGUEZ, María Graciela (comps.). *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*, Buenos Aires, La Crujía.
- LULL, James (1997). *Medios, comunicación y cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Amorrortu.

- MACCABE, Colin (1994). "Realism and the cinema: notes on some Brechtian themes", en *Screen*, N° 5/6 (7-27).
- MATA, María Cristina (1995). "Interrogaciones sobre el consumo mediático", en *Nueva Sociedad*, N° 140 (90-101).
- (2006). "La investigación en comunicación en la Argentina: deudas y desafíos", en *Revista Argentina de Comunicación*, Año 1, N° 1.
- MATTELART, Armand (2011). "Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales", en ALBORNOZ, Luis (comp.). *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Buenos Aires, Paidós.
- MOSCOVICI, Sergei (1986). *Social Representations: Explorations in Social Psychology*, Cambridge, Polity Press.
- PALMA, Javier (2008). "Clases y culturas populares en el 'realismo' y el 'naturalismo' del nuevo cine argentino: entre el miserabilismo, el neo-populismo y la fascinación distante", en ALABARCES, Pablo y RODRÍGUEZ, María Graciela (comp.). *Resistencias y mediaciones. La cultura popular en la Argentina contemporánea*, Buenos Aires, Paidós.
- PRENDERGAST, Christopher (2000). *The Triangle of Representation*, Nueva York-Chichester, Columbia University Press.
- REGUILLO, Rossana (2008). "Políticas de la (In) visibilidad. La construcción social de la diferencia", Buenos Aires, Mimeo, FLACSO.
- RODRÍGUEZ, María Graciela (2013). "La conexión con lo público. Democracia, comunicación y vida cotidiana", en *Versión*, N° 32 (e/p), México DF.
- RODRÍGUEZ SALAZAR, Tania (2009). "Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación", en *Comunicación y Sociedad Nueva época*, N° 11 (11-36).
- SAID, Edward (1990). *Orientalismo*, Madrid, Libertarias.
- SILVERSTONE, Roger (2010). *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*, Buenos Aires, Amorrortu.
- SPIVAK, Gayatri (2011). *¿Puede hablar el subalterno?*, Buenos Aires, Cuadernos del Plata.
- VERÓN, Eliseo (1987). *Lasemiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.
- VILCHES, Luis (1995). "La televerdad", en *Telos*, N° 43 (54-62), España.
- VIZCAÍNO GUTIÉRREZ, Milciades (2006). *Universidad y Medios Masivos: Del Estado de Bienestar Al Mercado*, Bogotá, Universidad Cooperativa de Colombia.