

**Autores:** Barboza, Walter y Perco, Marcos

**Texto:** *Los medios y la construcción social de la realidad.* Apunte de Cátedra del Taller de Análisis de la Información, FPyCS, La Plata, septiembre de 2020

## Los medios y la construcción social de la realidad

Este documento propone un análisis de los procesos de construcción, selección y jerarquización de la información, teniendo en cuenta la influencia del avance de la tecnología, siendo ésta un factor determinante en estos procesos y en las nuevas transformaciones culturales que adoptaron los medios y los usuarios en el manejo de los contenidos. En este sentido, se abordan, desde una lectura periodística y profesional, una serie de elementos que reconfiguran la relación de los medios con los destinatarios y condicionan la producción de las noticias.

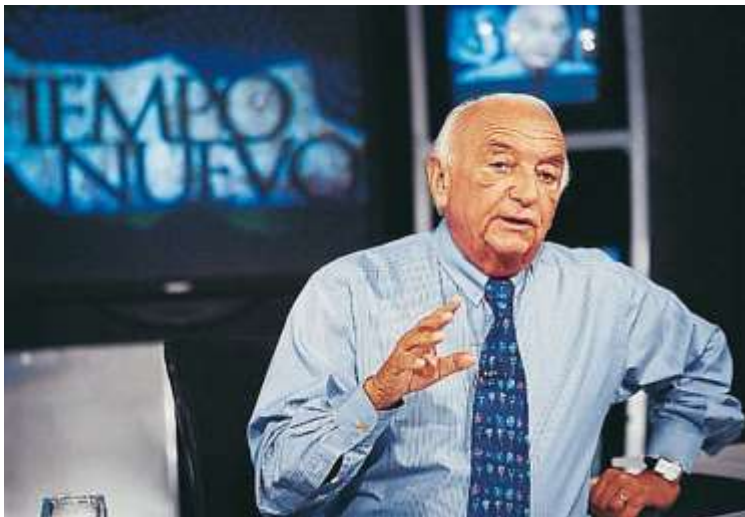
### Del periodismo analógico a la digitalización de la información

Hace unos cuarenta años, era menos dificultoso pensar en la tarea periodística a partir de las nociones de construcción, selección y jerarquización de la información. Era un mundo menos tecnificado y tecnologizado en el que apenas había, para el caso argentino, cinco canales de televisión de aire (7, 9, 11, 13 y 2), una docena de radios de Amplitud Modulada (AM) (Rivadavia, Splendid, Mitre, Excelsior, Argentina, Del Plata, El Mundo, Nacional, Belgrano, Continental, Antártida, Radio del Pueblo), un puñado de Frecuencias Moduladas

en las que apenas asomaban la Rock and Pop y Radio del Plata y cinco diarios de alcance nacional que hoy siguen vigentes: Clarín, La Nación, Crónica, Popular y Página 12.<sup>1</sup>

La tarea periodística tenía el mismo nivel de complejidad textual y analítica que en el presente, aunque la dinámica propia del trabajo se viera condicionada por la falta de tecnología suficiente para la inmediatez tal y como la percibimos hoy: ocurre un hecho X que tarda en llegar a nosotros menos que el tiempo que implicó subirlo a la red.

Se trataba de una experiencia temporal que implicaba otros niveles de comprensión de los fenómenos periodísticos, porque salvo la radio, que contaba con una programación



en vivo más amplia, la televisión por aire tenía programas de formato periodístico solo una vez por semana, más allá de los informativos de la tarde/noche. Esto implicaba ver, con cierto grado de suerte y fortuna, argumentar a los principales actores sociales de la política, la cultura y la sociedad, una vez a la

semana. De hecho, puede recordarse a Tiempo Nuevo, un programa de reconocida trayectoria editorial con 30 años en el aire entre 1966 y 1997 conducido por los periodistas Bernardo Neustadt y Mariano Grondona<sup>2</sup>. Era un programa periodístico semanal, de dos horas de duración, por el que pasaban las principales figuras de la política argentina. Allí, los martes a las 22.00 horas, quedaba marcada la agenda sobre la cual giraría gran parte de la política nacional a lo largo de la semana. ¿Dos horas eran suficientes para imponer criterios periodísticos u orientar las grandes corrientes de opinión? Pues sí. La oferta era escasa, el control de la información no estaba tan concentrado en el puñado de compañías

---

<sup>1</sup> La década del 80 estuvo particularmente atravesada por la televisión, siendo ésta testigo de muchos acontecimientos muy importantes que ocurrieron en esa época: Guerra de Malvinas, retorno a la democracia y mundial de México 86. También fueron los años del “destape” y las series enlatadas.

<sup>2</sup> A principios de los 90 la dupla se disolvería y Mariano Grondona comenzaría otro programa emblema, del mismo tipo, llamado Hora Clave.

que hoy vemos -Clarín es la expresión más acabada- y la tecnología con la cual cuenta hoy la sociedad para elaborar sus propios contenidos era inimaginable (hoy le llaman periodismo ciudadano).

En el plano deportivo, para el primer lustro de la década de 1980, sólo se podían ver los resúmenes de los partidos de fútbol más importantes del torneo de primera división los domingos por la noche. Era un programa de TV por aire que se llamaba "Todos los Goles". Allí, en blanco y negro, y en algunos hogares en colores, se podía ver una síntesis de la fecha: algunas jugadas importantes, los goles y las justificaciones de aquellos partidos que no llegaban del interior del país por razones de distancia, tiempo y costos<sup>3</sup>.



Aunque en tiempo histórico estamos hablando de pocos años, era una sociedad distinta. Los medios tenían otras características: la tecnología era analógica, la informática estaba en sus primeros años de experiencia, internet era solo ciencia ficción y la telefonía no se había digitalizado. Y si bien la información siempre fue un bien transable y se constituyó como un elemento vital para el ejercicio del poder; la explosión neoliberal de los 90 a nivel global la transformó en una mera mercancía y en el vehículo para otros negocios.

Primera definición: los medios han modificado significativamente su envergadura, potencia, alcance y presencia en la sociedad.

---

<sup>3</sup> "Todos los goles" comenzó el domingo 3 de abril de 1983, a las 22 horas por las pantallas de Canal 9, trazando una línea divisoria en cuanto a fútbol por televisión se refiere. Era conducido por Dante Zavatarelli, Marcelo Araujo, Fernando Niembro y Julio Ricardo. Fuente: <https://lasimagenesretro.wordpress.com/2011/04/04/un-programa-mil-recuerdos-todos-los-goles/>

En ese marco, es que se hace imprescindible pensar el concepto de *construcción*, *selección* y *jerarquización* de la información, e inscribirlo en el nuevo escenario de las telecomunicación en las que hoy se desarrolla la tarea de los medios; en el doble juego del proceso de producción periodística, regido bajo conceptos antes señalados, y el proceso de lectura crítica de la sociedad respecto de esas formas de ser presentada la información: seleccionada, jerarquizada y construida por un medio, una agencia, un conglomerado multimedial.

Uno de los rasgos centrales de nuestro tiempo presente es que esas dimensiones temporales se fueron modificados notablemente desde que irrumpieran con fuerza las Tecnologías de la Información y la Comunicación, sobre todo con el impulso que ha ganado la intensidad en la vida política, social y cultural de gran parte del planeta a través de las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram o los canales alternativos como YouTube. Es decir que a diferencia de la etapa periodística anterior, la que se reducía a algunas esporádicas intervenciones de las personas por medio de llamados telefónicos, carta de lectores o encuestas callejeras, la digitalización de los medios de información ha constituido un nuevo escenario que permite un alcance a nivel global que se contrarresta con la participación del público de tres maneras claramente visibles: compartiendo la información del medio a través de sus propios circuitos, opinando en la ventana de comentarios de cada noticia y elaborando sus propios grupos de Facebook, Twitter, canales de YouTube, Instagram y blogs. Con la participación activa del usuario, nace una nueva manera de producir contenidos en el que los roles se invierten y muchas veces los medios consumen de esos productos y los reproducen.<sup>4</sup>

Segunda definición: a diferencia del mundo analógico, en el mundo digital las audiencias son más amplias y disponen de la tecnología necesaria para contrarrestar la imposición de las agendas informativas, generando sus propios circuitos alternativos de difusión y orientando el debate político. Esto no implica que el poder de los medios no continúe teniendo la fuerza necesaria para torcer el rumbo de la opinión pública en tiempos

---

<sup>4</sup> *“Todos nosotros estamos transformando la era de la información” (“La intimidad como espectáculo”, Paula Sibila, 2008, p 11)*

electorales o de una intensidad política mayor. Es decir: no pretendemos señalar que hay un desbalance en la relación de fuerzas que en distintas coyunturas establecen los distintos sectores sociales y los medios de información; aunque sí es necesario señalar que las audiencias se encuentra menos desprotegidas en la sociedad de la información.

Como señalan Viale, Ghea y Blázquez:

“Ya se ha debatido y comprobado que los medios de comunicación masiva son actores activos en las transformaciones sociales, y a su vez al estar insertos en lo que hoy se conoce como “sociedades complejas” y “sociedades del conocimiento”, no están exentos, excluidos, de estas transformaciones que se van sucediendo. Los medios no sólo construyen, seleccionan y jerarquizan la información partiendo de verdades que son verdades, puntos de vista y ópticas parcializadas de la realidad de acuerdo a sus intereses ideológicos, sino, que son importantes constructores de la percepción y lectura crítica que la sociedad hace de la realidad”<sup>5</sup>.

¿Y por qué habría de cambiar esta nueva realidad, si en el mismo sentido en el que la sociedad accede a otro tipo de informaciones, los medios continúan incrementando su poder y capacidad a través de la concentración de su infraestructura? Y ella efectivamente no cambiará, o solo cambiará de acuerdo a las coyunturas políticas, si y solo si los medios de información pueden seguir constituyendo como actores sociales para la preservación de sus intereses económicos.

## El valor de las palabras

Tercera definición: los medios, a pesar de las significativas transformaciones sociales que ocurrieron en los últimos años, continúan siendo actores sociales de relevancia en el escenario político y social, condicionando las principales agendas políticas y orientaciones de los procesos sociales.

---

<sup>5</sup> Blázquez, Virginia, Ghea, María Elisa, Viale, Patricia, El valor de las palabras. ¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información?, Guía de Cátedra del Taller de Análisis de la Información, FPyCS, La Plata, 2008, actualizado en mayo de 2009 y abril de 2010

Se trata entonces de tres factores a tener en cuenta a la hora de comenzar a analizar qué entendemos por el proceso de construcción, selección y jerarquización de la información.

Pero antes de adentrarnos a este análisis, vale la pena partir de una idea que cambió radicalmente la manera de concebir los fenómenos de la experiencia humana y que marcó a fuego gran parte de la perspectiva de las disciplinas humanísticas y sociales que nutren la formación académica de una buena parte de la sociedad y que reza “No existen hechos, sino interpretaciones”<sup>6</sup>.

La frase no es completa, pero se trata de una idea extraída del pensamiento filosófico de Friederich Nietzsche, quien argumentaba, para no caer en el subjetivismo y el libre albedrío, que en realidad allí donde se supone que constatamos lo objetivo del mundo, de los hechos, de lo que acaece, hay interpretaciones pero que son construidas por sujetos que interpretan el mundo y que ese mundo, en tanto resulta cognoscible, puede ser interpretado de múltiples maneras, de múltiples sentidos: desde el *perspectivismo*. Es decir que el criterio que impera, ya bien entrado el Siglo XX, no es el sujeto que piensa cartesiano y que es capaz de alcanzar la objetividad del mundo que percibe, sino las interpretaciones, las distintas versiones de lo dado.

Este argumento, fuerte como artilugio, nos permitirá preguntarnos cada vez que leemos un diario, vemos televisión o escuchamos radio, qué se dice, por qué se dice lo que se dice, en qué contexto, con qué fin, cómo se dice, a quiénes se dirige y qué cosas se dejan de decir. Estos interrogantes nos pueden ser de mucha utilidad, si aceptamos que allí donde se supone que los medios narran lo objetivo solo hay una interpretación, de otra interpretación.

Veamos un ejemplo con los tres diarios más importantes del país a nivel nacional: Clarín, La Nación y Página/12<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Nietzsche, Friedrich. Fragmentos póstumos IV7 [60], Tecnos. Madrid, 2008. Traducción Juan Luis Vermal – Joan. B. Llinares.

<sup>7</sup> Los tres medios pertenecen, en su origen a tres momentos distintos de la historia política argentina: La Nación es el más antiguo, fundado en la segunda mitad del siglo XIX, y es un diario vinculado a las luchas por la formación del estado



El domingo 17 de mayo de 2020, en plena agudización de la pandemia, la decisión editorial de los tres periódicos es la de analizar la actualidad dominical desde tres perspectivas distintas: Clarín se refiere a las relaciones bilaterales entre Argentina y Brasil, en el medio de las diferencias que ambos estados tienen respecto de las consecuencias económicas del confinamiento; La Nación se refiere al brote de la epidemia en CABA y su extensión a los barrios pobres del conurbano bonaerense y Página/12 hace referencia a la fuga de capitales durante el gobierno de Mauricio Macri y la investigación que hizo el estado para detectar que empresas y ejecutivos son los que fugaron dinero del país.

Si bien Página/12 no se refiere directamente al COVID-19, su posición se acerca al tema por el solo hecho de invitarnos a reflexionar sobre el estado de los servicios sanitarios nacionales y provinciales; servicios que hubieran tenido otras prestaciones de haber contado, el estado, con el dinero suficiente para no dejar la salud pública en situación crítica y que no lo pudo hacer con el cambio de gestión por la escasez de recursos para tal fin.

---

nacional argentino; Clarín es el que le sigue cronológicamente, fue fundado a fines de la década de 1940 y en su historia estuvo siempre vinculado a los sectores desarrollistas de la economía y la política argentina; y por último Página/12, un diario más joven temporalmente y relacionado con la recuperación democrática y con la necesidad de representar a los sectores más críticos de las políticas neoliberales y de la dictadura militar: es un diario que se caracteriza por una defensa férrea de los derechos humanos Fuente: Esteban Zunino, *El conflicto campo Gobierno en Clarín: Un análisis sobre la selección de los temas y la valoración de la noticia*, Universidad Nacional de Buenos Aires. Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1036/942>

Clarín opta por encarar el tema desde la perspectiva económica y atendiendo al interés de Brasil de continuar sin cuarentena para que la marcha de la economía no se detenga, cuestión que en nuestro país fue desechada por las autoridades nacionales, ante lo que consideraba el falso dilema entre la vida y el empleo.

Por último, La Nación avanza sobre el problema de COVID-19 en los barrios pobres del conurbano bonaerense, evitando titular sobre el impacto que en la Villa 31 ha tenido la proliferación del virus. Desplaza el eje de interés sobre el gobierno bonaerense, dando cierta cobertura al jefe del gobierno porteño, Horacio Rodríguez Larreta a quien los habitantes de la Villa 31 cuestionan por la desatención en la que los ha dejado.

Ahora bien, no solo hay una cadena de interpretaciones que se despliega y se pone en juego en la escena social, y que son el resultado de lo que los medios hacen de la experiencia de lo social, sino el juego de interpretaciones que los propios sujetos consumidores de noticias hacen con esas interpretaciones. No se trata de un dejar decir, dejar hacer, dejar pasar. La interacción permite que el lector atento pueda responder y compartir las noticias comentando sus límites y sus alcances.

Buena parte de estas acciones ocurren a diario en el microbloggin<sup>8</sup> Twitter, una aplicación que se ha convertido en una de las redes sociales más activas para el diseño de políticas comunicacionales, campañas de agitación y propaganda, o simplemente para el intercambio de información en general.

Allí, ante la publicación de un diario, el comentario de algún actor importante del mundo de la política, el espectáculo o el deporte, el hecho puede ser comentado o replicado por otros usuarios, generándose lo que se denomina *Tendencia en Twitter*<sup>9</sup> con

---

<sup>8</sup> Esta nueva forma de expresión surge con la necesidad de una comunicación más rápida, donde quien escribe quiere comunicar algo en pocas palabras y quien lee quiere dar una pincelada en varios asuntos. Esta herramienta responde a la inmediatez que se vive en estos tiempos y Twitter representa perfectamente esta nueva forma de comunicarse y producir información.

<sup>9</sup> Tendencia en Twitter es comúnmente de lo que la gente está hablando en determinadas zonas del planeta. Ocurre en función de la configuración regional que el usuario le da a su cuenta personal. Por ejemplo los argentinos que configuramos nuestro dispositivo y nuestra cuenta en esta región del planeta podemos ver que asuntos están comentando en la red los usuarios de esta región.



un fuerte debate a favor o en contra, entre los mismos usuarios o en ocasiones entre el periodista que publica y la gente que responde.

Veamos un ejemplo en la cuenta oficial de la cadena rusa RT en Español, sobre una noticia publicada el 17 de mayo de 2020, en la da cuenta de declaraciones del mítico líder de la banda de rock Pink Floyd sobre la situación global de la pandemia Covid-19 y sus críticas a los gobierno neoliberales.



Como se puede apreciar al momento de la captura de estas pantallas la noticia fue compartida 359 veces, tuvo 564 Me Gusta y una tira de comentarios de los cuales solo hay una muy pequeña muestra de afirmaciones a favor y en contra.

## Las subjetividades como factor determinante del proceso

Como señala Mar de Foncuberta, la sociedad está constituida por un lector más participativo e incluso desconfiado de lo que los medios y periodistas ofrecen:

“Un lector (usted lector) que busca en los medios, y en concreto, en la prensa, algo más que “saber lo que pasa”. Un lector que indaga más allá de lo evidente, que

necesita encontrar el sentido de lo que parece inexplicable; que pregunta, interpreta, se cuestiona, interpela, critica; abomina de la trivialidad con que se publican hechos no triviales; se da cuenta que hay hechos que nunca se convierten en noticias y noticias que nunca merecieron serlo; se enoja al constatarlo; no se queda con una sola versión de los hechos; critica a los diarios pero no puede vivir sin ellos; se pregunta por qué no son mejores, por qué a veces están tan mal escritos; se indigna cuando aparecen casos flagrantes de incompetencia o, peor de deshonestidad profesional entre los periodistas; pero también es capaz de apreciar un buen 29 Llamamos edición no sólo a la publicación de diarios y/o revistas, sino a todas las producciones en diversos formatos, como ser: televisión, radio, agencias de noticias y digitales en su totalidad"<sup>10</sup>.

Aunque, quizás, se trate de un lector imposibilitado de ordenar ese cosmos que se le presenta desarticuladamente, diseccionado, sin ningún fin específico. Y allí es donde empieza a tallar la idea de analizar la información, para detectar aquellas zonas donde el medio invisibiliza y oculta sus fines específicos, sus intereses económicos.

Cuarta definición: el proceso de selección, construcción y jerarquización se desarrolla en el marco de unas interacciones más amplias entre los distintos actores políticos y sociales.

Es, sin dudas, un proceso de construcción, selección y jerarquización que está condicionado por los intereses de los medios y el papel que juegan los propios periodistas que actúan condicionados por su propios sistemas de valores, miradas, creencias religiosas, tradiciones políticas, simpatías electorales, entre otras consideraciones.

En ocasiones la falsa transparencia de las palabras se presenta descarnadamente para desnudar el accionar del periodismo y mostrar que la agenda informativa nunca es tan objetiva como pretende. Vale recordar las declaraciones del extinto periodista Julio Blanck, editor responsable de la sección política del diario Clarín, quien en un reportaje al diario

---

<sup>10</sup> Mar DE FONCUBERTA y Hector BORRAT, Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción, pp. 16-17, La Crujía ediciones, primera edición, mayo de 2006, Bs. As., Argentina.

Perfil le aseguraba que durante los gobiernos de Néstor Kirchner y de Cristina Fernández, el diario Clarín había hecho “periodismo de guerra” contra ambas gestiones.



Las tapas de Clarín, en el período más agudo de la confrontación del año 2008, eran más que evidentes respecto de la forma en el que el medio arremetía contra el gobierno nacional, sobre todo porque maximizaban una confrontación contra un gobierno que apenas seis meses antes había ganado las elecciones nacionales con más del 50% de los votos. En los dos ejemplos, se puede observar qué informaciones seleccionaron para la portada y de qué manera fueron jerarquizadas en el universo informativo. Eran tiempos en los que el medio auspiciaba abiertamente el reclamo de los sectores rurales que se oponían a la resolución 125 (de aumento de retenciones a las exportaciones de los productos derivados del campo) y tensaba la cuerda en función de los intereses del diario: Clarín es uno de los principales organizadores de la Expoagro y sus intereses están vinculados fuertemente con la producción rural tanto en el auspicio como en el área productiva<sup>11</sup>.

Quinta definición: la selección y jerarquización de la información estará siempre sesgada por elementos ajenos al hecho o acontecimiento en sí. No existen acontecimientos

<sup>11</sup> Esteban Zunino, El conflicto campo Gobierno en Clarín: Un análisis sobre la selección de los temas y la valoración de la noticia, Universidad Nacional de Buenos Aires. Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1036/942>

neutrales, el lenguaje no es neutral, nuestra forma de valorar los hechos está condicionada por una cadena de valores que van desde la influencia de nuestros padres, el club de fútbol, la ciudad en la que nacimos, el lugar social al que pertenecemos, nuestra fe religiosa y el medio en el que trabajamos; por ello cuando ejercitamos nuestra profesión estamos imposibilitados de tomar distancia de los hechos.

Pero, además, la jerarquización puede entenderse en un doble sentido, como una estrategia de escritura destinada a darle un orden de importancia a los elementos que componen la estructura del relato periodístico; como lo señalan Viale, Ghea y Blázquez, quienes nos recuerdan que:

“Jerarquización. Es el orden. Una de las diferencias entre el periodismo y la literatura radica en que el primero no debería utilizar el recurso del “suspense” para narrar un hecho. Las noticias empiezan siempre por “lo más importante”, por la idea central. El cuento de Caperucita Roja comienza con la descripción del tiempo, el espacio y los personajes: “Había una vez una niña que vivía en el bosque”. Hasta el final de la narración el lector no sabe qué pasó con la nena, la abuela y el lobo. Pero, cuando se utiliza un formato periodístico para contar algo, la estructura del relato se invierte. Empezamos por el final, por lo más importante: “Un leñador rescató a una niña y a su abuela de las fauces del Lobo Feroz”. La noticia primero cuenta la idea central, después va a los detalles”<sup>12</sup>.

¿Y qué hay del proceso de construcción? El mismo dependerá del acceso a fuentes, de los mejores elementos que se puedan obtener para hacer creíble, verdadera o verosímil una noticia. O en su defecto construir un hecho noticiable allí donde nada está ocurriendo,

---

<sup>12</sup> Blázquez, Virginia, Ghea, María Elisa, Viale, Patricia, El valor de las palabras. ¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información?, Guía de Cátedra del Taller de Análisis de la Información, FPYCS, La Plata, 2008, actualizado en mayo de 2009 y abril de 2010.

pero donde siempre hay historias que contar. Qué elementos dejar adentro y cuales afuera es de vital importancia para contribuir al proceso de construcción de una noticia<sup>13</sup>.

En ocasiones puede ocurrir que de un hecho, que puede resultar anecdótico desde el punto de vista periodístico, los medios de información utilizan el conjunto de partes de una historia para construir una noticia y orientar así las distintas las corrientes de opinión en un solo sentido. Por ejemplo, cuando el gobierno nacional dejó trascender que el nuevo billete de 5.000 pesos llevaría la imagen del Dr. Ramón Carrillo y de la Dra. Cecilia Grierson, ambas figuras significativas en la historia de la medicina argentina, rápidamente redes sociales y medios de información comenzaron a repasar el pasado de Carrillo, sus supuestas simpatías por el régimen nazi y su supuesto interés por la eugenesia, que es una rama de la medicina muy cuestionada desde la perspectiva ética porque plantea la aplicación de las leyes biológicas de la herencia al perfeccionamiento de la especie humana.

El debate instalado en la opinión pública, fue que el Dr. Carrillo era poco menos que un hombre desalmado vinculado a las perversiones del nazismo y que estaba moralmente inhabilitado para que su imagen fuera usada en los nuevos billetes. Pero en realidad



la información no terminaba de explicitar otros intereses que se escondían detrás de publicaciones y comentarios: desprestigiar la gestión de Carrillo como Ministro de Salud del gobierno de Juan Domingo Perón, era un tiro por elevación a la figura de Perón al que ciertas corrientes de la historia asocian con experiencias políticas autoritarias<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> “En una sociedad tan espectacularizada como la nuestra, no sorprende que las fronteras siempre confusas entre lo real y lo ficcional se hayan desvanecido aún más” (Paula Sibila, *La intimidad como espectáculo*, 2008,p.223)

<sup>14</sup> Federico Piccioni Aimar, *Quién fue Ramón Carrillo, el hombre que podría estar en el nuevo billete de \$ 5 mil*, en *Diario La Voz* del 17 de mayo de 2020: <https://www.lavoz.com.ar/politica/quien-fue-ramon-carrillo-hombre-que-podria-estar-en-nuevo-billete-de-5-mil>

Como se puede apreciar, las nociones de selección, jerarquización y construcción de la información son inescindibles y en uno u otro momento del proceso de producción de las noticias acompañan la toma de decisiones sobre qué cosas publicar; una toma de decisiones que siempre estará condicionada por los elementos antes señalados.

Si bien los medios siguen utilizando el poder de la información como una herramienta política y, sobre todo, comercial, los procesos de construcción de los contenidos están poniendo en tensión al rol del periodismo como productor de la verdad. Hoy la tecnología abre fronteras y llega hasta límites inimaginables que trascienden la capacidad de difusión de los medios tradicionales. La circulación de la información y los nuevos consumos culturales están transformando las formas actuales de construir subjetividad.