

CLASE N° 10

ESTUDIOS DE POLÍTICO Y SOCIEDAD III

Bienvenidos, en esta clase comenzamos con el eje n° 4 en torno a la relación medios, política y poder. Para eso, trabajaremos con dos textos que nos servirán como disparadores para pensar el lugar de los medios masivos de comunicación como instituciones sociales, la producción de los sentidos comunes y su relación con las definiciones de poder como una perspectiva de análisis para pensar los medios.

La autora Florencia Saintout, desarrolla a partir de la noción de que los sentidos son construidos históricamente la posibilidad de que sean cuestionados y transformados.

Si pensamos la cultura como "sentido común", y a partir de la noción gramsciana de bloque dominante, éste logra establecer una idea como verdad. Entonces así, el sentido común se sedimenta como verdadero en una época, consolidándose como cultura, en lo que la autora llama una "guerra por el sentido".

Es por lo antes mencionado que los medios comienzan a posicionarse como actores sociales, y logran mayor relevancia en aquellas sociedades mediatizadas. La noción de sociedades mediatizadas refiere a que nuestras sociedades contemporáneas están atravesadas por la dimensión de lo mediático. La mayoría de nuestras prácticas están atravesadas por una dimensión de los mediático. Pensemos un momento en el lugar que están ocupando los medios masivos de comunicación en la pandemia por el covid – 19.

Saintout plantea una serie de puntos para comprender las instancias por las que los medios de comunicación logran consolidarse como actores fundamentales dentro de las sociedades:

- En primer lugar, los medios son actores empresariales, por lo cual su lugar se consolida con mayor relevancia a diferencia de otras

instituciones. Pero además de la producción material, los medios producen material simbólico.

- En segundo lugar, el producto que comercializan las grandes empresas no es ni más ni menos que "materia significante": producen sentido. Sobre esto, Saintout va a decir que construyen lo que se llama "información sobre la realidad". Clasificándola a partir de los intereses que sostienen, y siendo condescendientes a sus propios intereses.
- En tercer lugar, recordar el lugar de los medios de comunicación durante los gobiernos neoliberales. Los medios masivos de comunicación se consolidaron como monopolios económicos, beneficiándose al calor de los procesos dictatoriales en América Latina y las políticas neoliberales.

Durante la década de los '70, se propicia la dimensión de la igualdad y la pluralidad dentro del campo de la comunicación. Sin embargo, durante la década de los '90 el fin de la era pasada asoma, y "la política" comienza a verse como derrotada. Es por esto que emergen las teorías del simulacro, todo pensado a través de la simulación o interpretaciones.

Durante los '70 nace la "Prensa Canalla" que es capaz de aportar el circo mediático de desinformación ocurrido durante la última dictadura cívico-eclesiástica-mediática-militar, donde se pone de manifiesto el rol de los medios de comunicación en los procesos socio-políticos.

Denis de Moraes (2011) va a mencionar la importancia de la batalla simbólica por la democratización de la información.

Sin embargo, el campo intelectual se interesa por los estudios de recepción, y no por los medios en sí. Ya que los ven como "evidentes" y no es necesario problematizarlos. Durante los años '90 se aceptan el orden de las comunicaciones existentes como natural, por lo tanto imposible de ser pensadas o transformadas.

Los medios de comunicación se consolidan, como dueños de la doxa, aquella verdad que no se discute. Las teorías sobre la posibilidad de los públicos de poder evidenciar el poder mediático y así evadir el poder mediático de los monopolios.

Con la elección democrática de los gobiernos nacionales y populares, se pueden consolidar puntos de acuerdo más allá de las especificidades en cada país. Uno de los más interesantes, por ejemplo, fue la confrontación con los grandes intereses corporativos. Por ejemplo, podemos mencionar los monopolios de la información y el entretenimiento, o la disputa por la batalla de los DDHH, el derecho a la comunicación libre de los pueblos, o incluso el derecho a la información. De esta manera, se comienza a repensarse la libertad de expresión como asunto de todos.

Durante la segunda mitad de la década del 2000 se realizan los Foros por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) en la que participaron heterogeneidad de sectores con el fin de terminar con los monopolios mediáticos y garantizar la pluralidad de voces.

Sobre esta ubicación socio-política-comunicacional que realiza Saintout, retomamos los planteos de Rodrigo Aramendi para pensar los medios una perspectiva del poder como herramienta de análisis de los medios de comunicación.

Aramendi sostiene que no podemos pensar los medios solamente como meros instrumentos, sino como **actores protagónicos de la escena cultural, política, económica y social**. Debemos pensarlos como **agentes integrales del corpus social**. Los medios son constructores de las relaciones humanas, de sentidos sociales (aunque no los únicos). Aparecen en el imaginario colectivo como un reflejo de la realidad, como "el cuarto poder", como dominación o como actores políticos. Los medios **son actores de poder**.

Siempre que se habla de poder se habla de relaciones. El poder fija lugares en la relación, y construye las subjetividades de los sujetos que se encuentran en esa relación, siempre desigual. Hay que pensar el poder desde otra perspectiva, más amplia, para entender el modo en el que se construyen las relaciones sociales.

Dentro de las tradiciones de pensamiento recuperadas por el autor, es importante, según lo mencionado anteriormente, retomar la perspectiva de poder de Foucault, quien analizará la centralidad del discurso en la construcción del poder y la del poder en la construcción de la subjetividad. Dirá que no hay relaciones fijas, ni significaciones, ni formas. El espacio social que conocemos está constantemente amenazado por otros posibles; es un sistema de múltiples signos y sentidos que nunca logra estabilizarse de manera definitiva. Son CONTINGENTES, y será el PODER el encargado de hacernos creer que son las únicas formas posibles. Que no son contingentes, sino necesarias, únicas, naturales. **Una relación de poder, es entonces, una batalla permanente por el cambio o la conservación. Y la arena de lucha es lo discursivo.**

EL PODER no lo tiene ni el poseedor del objeto deseado, ni el deseante, lo tiene la relación que establecen ambos en torno al símbolo que representa ese objeto.

La perspectiva de poder foucaultiana, se relaciona con la teoría del discurso en torno a la idea de poder desarrollada por Ernesto Laclau, ordenada por el concepto de **hegemonía**.

Recordemos que hegemonía para Laclau se refiere a un modo de concebir el ejercicio del poder, que funciona no por imposición (o no solamente) sino que establece un modo de conducción o dirección de un agente o grupo o clase, sobre otro.

Será hegemónico en una relación de poder aquel que logre que su modo de nombrar las cosas, su visión del mundo, sea el modo de los demás sujetos que están en relación con él. En esa relación se establece un discurso hegemónico que ordena al conjunto de los sujetos en posiciones determinadas según su adhesión o enfrentamiento con dicho discurso. Se trata de articulaciones, que se irán configurando para crear orden, sentidos hegemónicos. Todo lo que quede por fuera, será lo otro, lo incómodo.

Toda **articulación** es contingente, histórica y arbitraria. Es decir, fue intencionalmente creada en un momento dado por algún grupo, sujeto o sector que se beneficiaba con ella. Dado que toda articulación está dada por algo externo a la relación entre los dos elementos articulados (los sujetos que los unieron) decimos que no es necesario ni natural. Para Laclau vivimos en un mundo de símbolos y cada símbolo tendrá un sentido en un momento particular para un conjunto de sujetos en particular, y ese ordenamiento será lo que llamamos **poder**.

Sobre esta relación poder – medios de comunicación, aparecen como necesarios la definición de Althusser de los Aparatos Ideológicos del Estado.

Althusser, propone pensar que existen mecanismos dentro del sistema social que permiten enseñar, reproducir, controlar, vigilar, y corregir el orden y el desorden de los sujetos en las prácticas humanas. Instituciones, rituales, morales, éticas, medios de comunicación y muchas otras organizaciones (o dispositivos) a través de los cuales aprehendemos y aprendemos los órdenes establecidos por las relaciones de poder al momento de incorporarnos al mundo. A estos dispositivos los llamará **aparatos ideológicos del Estado (AIE)**.

Cuando en alguna circunstancia, y a pesar de estos mecanismos, algún agente o grupo social se corre de este ordenamiento establecido, se utilizan otros mecanismos de coerción y control: los **Aparatos Represivos**

de Estado. El conjunto de estos Aparatos (Ideológicos y Represivos) son más propios de la sociedad civil que de la sociedad política, por lo que Althusser entiende que Estado no es el Estado Nación sino, el estado de las relaciones de poder que se fijan como Estado Nación.

Es por esto, que Reguillo sostiene que los medios de comunicación resultan Aparatos Ideológicos centrales en las sociedades actuales, el principal en las sociedades occidentales modernas, por encima de la escuela, la familia y la religión.

Recuperando a Aramendi, la relación entre los medios y los sujetos sociales no son de imposición. Pero sí **que el lugar de los medios resulta central en la conformación de las relaciones de poder.** Sobre todo cuando nos encontramos en un mundo cada vez más mediatizado, sobrepoblado, con acceso a tecnologías de comunicación a gran escala, en donde se vuelve difícil conocer en primera persona las complejidades de la realidad, y en donde la producción discursiva que se genera desde los medios es tan elaborada que se encuentra en el centro de toda construcción cultural.

Cuando se trabaja en torno al poder de los medios, se busca presentar un escenario que permite emancipaciones, resistencias, negociaciones y conflicto. Y que en el análisis de los medios y sus implicancias culturales y políticas, es clave poder poner en evidencia la intencionalidad de los medios, su rol en la historia y su preponderancia a un modelo de organización particular de la sociedad: la del consumo.

PRÓXIMA CLASE

Lectura de los textos:

CIAPPINA, CARLOS: "*Golpes blandos. Consecuencias duras*".

Recuperado en: <https://perio.unlp.edu.ar/archivoperio/node//4969>

SÁNCHEZ NARVARTE, E. (2015). FICHA DE CÁTEDRA. Procesos de privatización y concentración mediática. Una introducción al problema. FPyCS, La Plata.