

## Las huellas del sentido común. Diferencia cultural y desigualdad(es) en los medios

**María Graciela Rodríguez**

Instituto de Altos Estudios Sociales; Universidad Nacional de General San Martín/ Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires (Argentina)

### Resumen

Tras décadas de convergencia y concentración económica de los medios de comunicación en Argentina, esta investigación indaga sobre su papel en la producción (y reproducción) de la legitimación contemporánea de la(s) desigualdad(es). Partiendo del dato de la hipervisibilización de “alteridades”, se constituyó un corpus donde observar las articulaciones entre el escenario económico mediático y el sentido común de la sociedad argentina. Al interrogar la representación en su unidad (imagen, paratextos, cromatismos), concluimos que se desdibuja la posición de enunciación, lo que consecuentemente naturaliza la relación saber-poder de la situación comunicativa. Entendemos que estos tipos de análisis resultan cruciales para dar cuenta de la dimensión política de la cultura y de las condiciones en que se (re)producen la(s) desigualdad(es) social(es).

**Palabras clave:** desigualdad(es); medios de comunicación; sentido común; cultura; poder.

**Artículo recibido:** 28/09/16; **evaluado:** entre 20/10/16 y 25/11/16; **aceptado:** 16/12/16.

Una de las cuestiones más acuciantes para las democracias latinoamericanas en la coyuntura actual tiene que ver con el papel de los medios de comunicación en la construcción y

consolidación de los proyectos políticos y de la ciudadanía que estos configuran. Los trabajos que se preocupan por estas cuestiones presentan desde diferentes perspectivas varias líneas de interrogantes que en conjunto coinciden en señalar la importancia que adquieren los medios de comunicación para los procesos de democratización ciudadana en las actuales sociedades mediatizadas (Verón, 1987). En general, existe amplio consenso respecto de que el papel de los medios de comunicación se revela crucial en la puesta en circulación de información para el tratamiento de asuntos públicos. En este sentido, la productividad de las representaciones mediáticas en la coconstrucción de la hegemonía se revela imprescindible para analizar la revalidación permanente, desde la producción simbólica, de las condiciones disimétricas del orden social y para (re)pensar los vínculos entre las condiciones en que se concretizan las formas de organización simbólica de una sociedad y los marcos cognitivos dentro de los cuales se desenvuelve la experiencia social.

Precisamente, las preocupaciones sobre las que me propongo reflexionar públicamente en esta presentación focalizan sobre las modalidades en que, desde la construcción de las representaciones mediáticas, se producen (y reproducen) fronteras simbólicas (Lamont y Molnar, 2000) entendidas como límites simbólicos que construyen distinciones conceptuales y actualizaciones de las categorías de objetos, personas, prácticas, espacios y tiempo sobre espacios diferenciados que, antes que naturales, esenciales o preexistentes, son construcciones históricas y activas de inclusión y exclusión entre grupos sociales (Barth, 1976). En el caso que nos ocupa, los medios operan reforzando estas fronteras simbólicas y legitimando así la(s) desigualdad(es) (1). Dar cuenta de los vínculos complejos que se establecen en la dimensión política de la cultura resulta una dimensión de análisis crucial para el estudio actual de las sociedades mediatizadas en condiciones de desigualdad social.

Este trabajo se estructura en torno a tres puntos: una introducción al tema general que fundamenta la investigación que llevamos a cabo (2); la presentación resumida de los datos encontrados y de las hipótesis inductivas elaboradas a partir del proceso analítico; y algunas notas y reflexiones para señalar posibles diálogos en el campo en el que se inscribe la propia investigación.

### **El “otro” en los medios de comunicación**

La investigación tuvo como objetivo reconstruir la articulación entre los entramados simbólicos que legitiman la(s) desigualdad(es) sociales y las identificaciones y dispositivos de la cultura

masiva. El punto de partida general fue intentar comprender la persistencia en el tiempo de las condiciones sociales de ordenamiento social (Tilly, 2000) desde una perspectiva multidimensional de la desigualdad (Reygadas, 2008). Esta perspectiva no agota su explicación en las instancias económicas que las producen, sino que intenta articular estas con las categorías hegemónicas y subalternas que las ordenan y legitiman (3). Desde este punto de vista, son tan relevantes las significaciones fabricadas por las instituciones y por el mercado de la cultura como aquellas que son producidas en el marco de agencias y competencias de los sujetos para atribuir sentidos a sus propias situaciones y prácticas. Si bien nuestra investigación ha focalizado en las primeras, consideramos que los sujetos incorporan a sus proyectos identitarios significados, imágenes y narrativas provenientes de los textos mediáticos (Thompson, J. 1998), pero que, no obstante, estas incorporaciones son permanentemente mediadas por las condiciones específicas de la experiencia vivida en el devenir cotidiano (Tomlinson, 1991). De modo que los sentidos resultantes de estas mediaciones no necesariamente se condicen con la producción mediática, sino que, más bien, guardan con ella complejos y tensos vínculos de retroalimentación, proximidad y distancia (Hall, 1980). Esta articulación conflictiva construye un tipo particular de hegemonía cultural que se coproduce en una “sutil combinación de mediaciones” (Barker, 2003: 27) que encuadran y reencuadran las modalidades de relacionamiento social.

Por eso mismo, los estudios sobre las representaciones mediáticas que coproducen/legitiman/refuerzan/colaboran en la producción persistente de la(s) desigualdad(es) cobran una importancia fundamental para las actuales coyunturas latinoamericanas, en las cuales, por un lado, se torna cada vez más evidente el carácter de actores político-económicos de peso pleno de los grandes conglomerados de medios y, por el otro, se constata una creciente presencia en sede académica de estudios dedicados a la sociedad, la cultura y el poder con impronta latinoamericana (Richards, 2010), los que, sin embargo, escasamente albergan investigaciones sobre medios. No obstante, no se trata de una investigación sobre los “efectos” o sobre el impacto de las discursividades mediáticas sobre los sujetos, sino una que pretende atender a los encuadres cognitivos y a los marcos simbólicos a partir de los cuales se construyen subjetividades sociales, dando cuenta de un tipo de dominación específica: la derivada de la hegemonía cultural.

Guiados por estas consideraciones generales, conjeturamos que los medios en Argentina están rearticulando la figura del “otro” en una nueva actualización de las políticas de (in)visibilidad (Reguillo, 2008), entendidas estas como un conjunto de estrategias que administran la mirada, es decir, un “régimen de visibilidad de la hegemonía” (Arancibia y

Cebrelli, 2010: 1) que simultáneamente oculta e ilumina las figuras de la alteridad. Constituido a partir de un intercambio siempre desnivelado de construcción de sentido, este régimen de visibilidad ordena implícitamente los grados de legitimidad para instaurar un “mapa” de interlocutores válidos, a través del cual se regula no solo la legitimidad de los actores que ameritan acceder a la circulación pública, sino, más aún, las condiciones mismas de su visibilidad.

En este sentido, si, en términos generales, la presencia de un “otro” ha sido siempre necesaria para establecer una cultura en dominancia (Hall, 2011), lo peculiar de la contemporaneidad es que los medios de comunicación, que participan de esa cultura en dominancia, hacen de ese otro diferente un elemento primario de gestión del régimen de visibilización/invisibilización de la alteridad. Construido como “desvío”, como “peligro”, como “exótico”, y/o como una síntesis articuladora de todos esos calificadores, “el paisaje mediático reconfigura (y descentra) el lugar para pensar al otro, pero se esfuerza en mantener la estabilidad simbólica que le otorga la certeza de un nosotros (expandido) frente a los otros (localizado), dispositivo antropológico del alma antigua” (Reguillo, 2002: 72). Esta perspectiva, que implica la incorporación de la problemática de la alteridad en los estudios de comunicación, abre a la vez el camino para la construcción de una perspectiva de análisis que, sintéticamente, ha sido denominado por Maluf, Magalhães y Caggiano como un “mirar antropológico” sobre los medios (2008: 12).

Este rumbo nos ha conducido a la elaboración de preguntas concretas: ¿cómo pensar la relación entre desigualdad(es), sentido común y medios de comunicación? Abarca la cuestión de la articulación entre cultura y política, pero requiere un instrumental analítico que permita dar cuenta de la especificidad de los modos en que el sentido común sobre las diferencias y la(s) desigualdad(es) se tramita desde los medios. En ese sentido: ¿cómo se administran socialmente los recursos para poner en circulación las representaciones y, por lo tanto, los sentidos que portan? ¿Quién posee más poder para atribuir significado y/o para disputarlo? ¿Y desde qué posición se realizan estas disputas? Más que las preguntas por la categoría de representación en sí, y por sus grados de congruencia con su referente, lo que nos 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?

Como sostiene Hall (1984), la articulación entre la cultura popular y la cultura masiva es un proceso históricamente situado, relacionado con el ascenso de las fuerzas del capitalismo industrial, momento a partir del cual se establece una relación asimétrica donde unos pocos producen bienes culturales para muchos. La relación será, además, irreversible, porque, a partir de esta articulación, la cultura popular ya no podrá ser pensada autónomamente respecto

de la cultura masiva. De modo que el discurso mediático está atravesado por una doble dimensión: por un lado, es uno de los escenarios donde el sentido común se pone en circulación y, por el otro, constituye uno de los lugares sociales y políticos de aquellos que administran esa puesta en circulación. En esta situación comunicacional específica, por tanto, la enunciación se construye desde una mirada que detenta mayor poder para participar activamente en la disputa por (el mantenimiento de) la hegemonía.

Más aún, las retóricas propias de las narrativas mediáticas borran las huellas de este lugar de enunciación: desde los criterios de “objetividad” o el chequeo de fuentes como principios en todo manual de estilo periodístico hasta los efectos de verismo en los documentales realizados a través de la edición, la selección de planos y otros ingredientes del régimen de visualidad; pasando por los reportajes periodísticos que se enorgullecen de “dar la voz” a los (supuestamente) sin voz; o la combinación de elecciones cromáticas con zócalos y videographs, por nombrar solo algunos ejemplos. Existe, en fin, una profusión de operaciones —sobre las cuales, por razones de extensión, resulta imposible profundizar aquí— que están insertas profundamente en las rutinas de quienes producen bienes mediáticos, apenas sometidas a reflexiones críticas, que trabajan diluyendo y naturalizando el lugar de enunciación.

Para deconstruir este desdibujamiento y dar cuenta de sus consecuencias en el sentido común de la sociedad argentina, interrogamos la propia representación mediática en su unidad: imagen, paratextos, cromatismos y otros elementos intrínsecos a la representación. Esta examinación no estuvo orientada a ponderar los grados de distorsión entre la representación y su —supuesto— referente (lo cual tendría como premisa la aceptación *a priori* de su valor como “algo que está en lugar de otra cosa”), sino, por el contrario, a develar el significado atribuido a esas representaciones apelando a una mirada deconstructivista de lo que está naturalizado, de aquello que en apariencia se acepta sin cuestionamientos, de lo que se da por sentido. En otras palabras, buscamos dilucidar las huellas del sentido común.

Y es que “la representación no ocurre después de un suceso, sino que es constitutiva de él” (Hall, 1997: 7) y, por ende, no “refleja” el mundo, sino que participa de su constitución: es el modo en que se lo hace inteligible, se discriminan y clasifican sus elementos, se le otorga sentido a lo que, de otro modo, sería un magma caótico. Como afirma Said, “las representaciones son elementos activos en los rumbos que toma la historia, en la manera como la gente percibe las situaciones” (1997: 219). Es en este marco que la investigación ha puesto el foco sobre el artificio que sostiene la posición de enunciación en torno a un tipo particular de representaciones mediáticas de sectores sociales que en principio agrupamos

como subalternos/subalternizados (4). Dicho en palabras sencillas: la situación comunicativa mediática se plantea desde un “nosotros” que les habla a personas copartícipes de ese “nosotros” acerca de un “ellos” que sería conflictivo.

Además, o a la par de los contenidos discriminatorios de esas descripciones, el borramiento del enunciador a través de ese artificio resulta un elemento crucial para analizar de qué modo las representaciones mediáticas se instalan en el sentido común de la sociedad legitimando la desigualdad. Especialmente porque una de las particularidades de las narrativas mediáticas contemporáneas es que el carácter invisible de la desigualdad ha sido reemplazado por nuevos modos de segregación basados en una visibilidad máxima (Hall, 2011). De hecho, a pesar de la hipervisibilización mediática de estos sectores registrada en los últimos años en Argentina, lo que se constata es que esa visibilización está mediada por comentarios y encuadres cognitivos que oscurecen la palabra, contribuyen al estigma, califican/descalifican, producen discursos morales, y difícilmente se les concedan a esos actores la posibilidad de poner en circulación la plenitud de una experiencia sociocultural y política (para ampliar ver Álvarez Broz y otros, 2015). De allí que, entonces, nos hayamos centrado 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, entonces, las regulaciones simbólicas en la estructura de sentimiento dominante (Delfino, 1998).

### **Coordenadas**

La investigación tuvo en cuenta las características particulares del escenario mediático en la Argentina configurado por el marco legal regulatorio de la actividad de los medios en las últimas décadas. Como Mastrini (2005) ha señalado, la convergencia económica que produjo la creación de poderosos multimedios como consecuencia de la modificación del artículo 45 de la Ley 22.285 —sancionada en 1980 durante la última dictadura—, que permitió la concentración económica de las empresas de medios en una convergencia gráfica y electrónica, trajo aparejado no solo una hipercomercialización de los contenidos, sino, también, más significativamente, el descuido por el interés público. Simultáneamente, durante los años finiseculares la población argentina en particular, y la de América Latina en general, enfrentó brutales modificaciones en las condiciones sociales y económicas registrando una subida dramática de las tasas de pobreza, indigencia, desempleo y subempleo. Y, si bien a partir de

los últimos años del periodo estudiado el panorama social en Argentina tuvo una mejora, el escenario mediático continuó ejerciendo su impacto en el contexto cultural manteniendo ciertas características que señalan una línea de continuidad.

Un primer relevamiento arrojó datos que dieron impulso a la investigación: entre los años 2001 y 2008 creció considerablemente en los medios argentinos la puesta en agenda de la pobreza y la marginalidad: limpiavidrios; chicos de la calle; migrantes regionales; habitantes de villas miseria; prostitutas; transexuales (5). El escenario mediático fue testigo de un progresivo incremento en la visibilidad de ciertas figuras que a principios de los 2000 aparecían como representativas de la crisis, tanto en los géneros informativos puros como en los denominados de “periodismo documental” (6).

Las preguntas preliminares que orientaron la etapa del relevamiento mediático fueron: ¿cómo los medios representan, tras dos décadas de convergencia propietaria, a los sectores subalternos/subalternizados? ¿De qué modo, con qué sesgos aparecen las diferencias culturales?, ¿como exotismo o como peligrosidad? ¿Dan la voz los medios a los reclamos políticos? ¿Reproducen/disputan/reelaboran las desigualdades? Estos interrogantes básicos nos condujeron a la selección de un corpus diverso que elaboramos a partir de una primera etapa de exhaustiva revisión de materiales comunicacionales desde la perspectiva del “mirar antropológico” sobre los medios. Seleccionamos las representaciones que ofrecieron una saturación respecto de sus recurrencias, las cuales, aún con divergencias, fueron orientando nuestras preguntas. En este punto, y a fin de transparentar los criterios de selección, cabe recalcar que no se trató de una pauta preconcebida de selección —*a priori*—, sino de la emergencia *a posteriori* de elementos en común, que son los que recogimos en una primera instancia y que dieron cuerpo a un momento de síntesis (momento en el cual sitúo esta presentación). Finalmente, construimos analíticamente casos de estudio, de los cuales, para esta oportunidad particular, tomamos tres: migrantes regionales, consumidores de drogas y sujetos de la comunidad LGTB (7).

A fin de indagar sobre los regímenes de visibilización del otro cultural en las representaciones mediáticas de la subalternidad, trabajamos inicialmente sobre la base de dos dimensiones: la propia de la representación (tensiones entre sujetos, espacios y fronteras a partir de elementos retóricos, temáticos y enunciativos); y las condiciones de producción históricas, específicas, incluso técnicas, que enmarcan contextualmente esas representaciones. Nos interesó, especialmente, superar el nivel de análisis semiótico para dar cuenta de la mutua permeabilidad entre los textos y el sentido común socialmente compartido.

De modo general, es posible decir con certeza que, en el contexto de la concentración de medios de los últimos veinte años, las representaciones que los medios hacen de la subalternidad tienden a sobrerrepresentar las diferencias culturales y a diluir en ellas a la(s) desigualdad(es), sin que estas dos cuestiones sean producto de una relación necesariamente causal. Articulado con este sesgo, en principio de carácter “contenidista”, advertimos un rasgo común en los casos analizados ligado a los elementos enunciativos. Este rasgo, oculto a simple vista, constituye una modalidad de inscribir los vínculos entre la diferencia cultural y la(s) desigualdad(es) sociales naturalizada desde el lugar de enunciación. Sostenemos que, atravesadas por esa naturalización y procesadas por la lógica mediática hipercomercializada derivada del escenario socioeconómico y regulatorio descripto, esas representaciones han implicado la puesta en escena de un poderoso mapa cognitivo de articulación de la diferencia y la desigualdad.

A fin de particularizar estas afirmaciones, y ya que de este análisis hemos dado cuenta con detalle en otra oportunidad (cfr. Álvarez, Rodríguez, Settanni, Vázquez, 2015), aquí solo se dará una versión abreviada (8). A continuación resumiremos la reconstrucción de lo relevado y ahondaremos en la posición de enunciación que da textura a la particular situación comunicativa que nos interesa revisar. Tomando los tres casos objeto de esta presentación (migrantes regionales, comunidad LGBT y usuarios de drogas), el resultado del proceso analítico recorre cuestiones que abarcan los espacios y territorios; el exotismo y los usos de la cultura; los escenarios y los colores utilizados; lo mostrado y lo oculto, entre otros rasgos (9).

### **Espacios, cromatismos, atribuciones culturales**

En primer lugar, las representaciones mediáticas de los usuarios de paco (paqueros) y poxirán (pibes-poxi) (10) están emplazadas en lugares públicos y a la intemperie. En ellas se insiste en rotular a los usuarios de paco y poxirán como “chicos de la calle” en lugar de “chicos en situación de calle” como recomiendan los estudios sociales. Las escenas donde son representados se ubican en estaciones de trenes o subterráneos, plazas públicas, fábricas o almacenes abandonados; en todos los casos se trata de ambientes desinstitucionalizados: sin escuela, ni hogar, ni lazos familiares, ni siquiera en ambientes cerrados.

La situación se puntea también a partir del uso de los colores, siendo los principales el sepia, los marrones o el gris. Inclusive este último puede virar hacia el blanco y negro, a través de una acotada escala de grises cuando se trata de usuarios de drogas en situación de vulnerabilidad.

Esta configuración cromática se combina con el uso sistemático de los primeros planos de sus rostros. Son imágenes pobres: descoloridas, apagadas, diluidas, con escasa luz, poco brillo y vagos matices que señalan hacia una construcción que aparece como resultado de aquello que la cámara selecciona y elabora para escenificar la marginalidad.

Lo interesante es que esta escenificación contrasta abiertamente con la de los usuarios de drogas de diseño, quienes son ubicados en escenarios festivos, tomados desde planos generales, remitiendo a “la juventud divirtiéndose” en sus momentos de ocio. La construcción visual se basa en vistas generales, secuencias de planos a un ritmo vertiginoso e imágenes multicromáticas. Estas representaciones son además conformadas mediante una paleta de colores estridentes como azules, rojos y amarillos que le imprimen vivacidad a las imágenes, en un claro contraste con las anteriores, cuyo efecto, como vimos, es la falta de vitalidad.

Desde el punto de vista de la situación comunicativa, la perspectiva de estas representaciones parece ser la de un enunciador que comparte con sus enunciatarios el hecho de dar por sentado que el consumo de drogas de diseño forma parte de la vida cotidiana de la juventud (que, dicho sea de paso, de este modo es naturalizada como un todo, parte del nosotros, y, por eso mismo, el único colectivo aceptable). De hecho, los únicos primeros planos mostrados son botellas de agua mineral, que remite a la asociación entre esta bebida y el consumo de éxtasis. Lo llamativo es que, a pesar de que tanto el paco o el poxirán como las drogas de diseño son sustancias cuyo consumo está prohibido en la Argentina y que las personas representadas caen dentro del mismo rango etario, reciben un tratamiento distinto. Las representaciones mediáticas son indulgentes con unos y firmemente condenatorias de los otros; y, mientras que un consumo es tolerado y relacionado a momentos de disfrute y al placer, el otro es connotado como fuente de peligro, porque está corrido el eje desde la sustancia hacia los sujetos y, por eso mismo, reprobado y asociado directamente a la delincuencia. De hecho, se suele asociar el consumo de paco y poxirán, sin elementos probatorios, a la prostitución y al robo a partir de la supuesta necesidad de obtener dinero para conseguir más droga (11).

Mientras que en el caso de los usuarios de drogas el espacio compone un elemento escenográfico, complementario de la construcción de la narración, en el caso de los migrantes regionales (12) las operaciones sobre el territorio implican (re)marcaciones de lugares donde se despliega una “cultura-otra” y, a la vez, como zonas urbanas peligrosas. Esto se realiza a través de dos artilugios: por un lado, la puesta en escena de un viaje, de un traslado del cronista hacia los barrios donde supuestamente habitan los migrantes regionales y, por el otro, la presentación de didácticos mapas destinados a mostrar cómo se distribuyen estos migrantes en la propia ciudad, en qué barrios se asientan.

En el primero, los cronistas viajan a esos territorios acompañados por una cámara que se ofrece como “testigo” a través de tomas subjetivas. El tándem cronista-cámara testigo encuentra prácticas culturales exóticas y descubre, entonces, para los destinatarios un abanico de tesoros de la cultura migrante: los cronistas tocan las artesanías, prueban las comidas, escuchan los giros lingüísticos, se ríen, se asombran. Estos “viajes” construyen un otro lejano no solo en términos geográficos, sino también culturales; un otro que puede visitarse, conocerse, probarse, que sería poseedor de una cultura “diferente”, según los propios parámetros. En este sentido, esta operación connota la suposición de que la cultura migrante estaría ajustada a un repertorio de prácticas (rezos, procesiones, comida, bailes, alcohol) que solo el cronista puede revelar en su esplendor. De este modo, es el propio cronista quien, en cuanto figura mediadora, construye y regula la frontera (social y territorial): conecta esos espacios alterizados emprendiendo un viaje primero y, luego, poniendo el cuerpo, pisando el territorio, oliendo sus aromas, comiendo y bailando. Los cuerpos mediadores de los cronistas son presencias de la exploración de unos espacios cuyas fronteras sociales son coconstruidas en las escenas mediáticas.

El otro modo de representación espacial se da directamente a través de la presentación de mapas de la ciudad: sobre un esquema de Buenos Aires, el mapa exhibe una delimitación territorial por barrios y también étnica. Diversos colores señalan algunos vecindarios, mientras la voz en *off* va señalando donde se asienta cada comunidad migrante: los paraguayos en Retiro, los peruanos en el Bajo Flores y en el Abasto, los bolivianos en Lugano y Liniers. La operación precisa y diferencial de territorialización del inmigrante regional, ubica y delimita los lugares donde (el medio dice que) habitan migrantes.

Una y otra operación se complementan, en cuanto construcciones simbólicas, dando cuenta de un enunciador que refuerza las fronteras urbanas (sociales y culturales): por un lado, se le atribuye un territorio a sus habitantes, se les asigna la posesión de un repertorio pintoresco, exótico y sin conflictos, desde una visión romántica de la cultura de los migrantes regionales; por el otro, el mapa ofrece una segregación espacial y visual que refuerza cognitivamente las fronteras sociales ya existentes. Los enclaves territoriales sobre los que trabajan estas representaciones reverberan en el sentido común y coproducen así los enclaves de la diferencia.

En el caso de las Marchas del Orgullo de la comunidad LGBT, los movileros tienen una perspectiva similar a la que presentan respecto de los migrantes regionales, solo que, en este caso, no “viajan” hacia un territorio “ajeno”, sino que lo hacen desde el propio. Las marchas se realizan en dos plazas céntricas de la ciudad que, además, han sido históricamente, y son aún,

escenarios habituales de manifestaciones: la Plaza de Mayo y la Plaza de los Dos Congresos. Temprano los cronistas se apostan en las entradas de la Plaza de Mayo, donde se lleva a cabo el primer momento de la Marcha del Orgullo, un festival que alberga *stands* de las organizaciones promocionando sus actividades y de particulares que venden remeras, discos y otros artículos. El hecho de que allí se despliegue una suerte de desfile o paseo de los manifestantes que asisten “montados” (13) es un motivo noticiable. Como la plaza es vallada para la ocasión por las autoridades de control, los movileros esperan a los ingresantes en los lugares de acceso, disparando una batería de preguntas que, antes que indagar quiénes son o preguntar por los motivos del reclamo, husmean sobre qué son (gays, lesbianas, trans y otras variedades genéricas) y sobre qué hacen en su intimidad (14). Mientras tanto, en correlación con esta curiosidad, las cámaras privilegian los cuerpos desnudos o semidesnudos y escanean centímetro a centímetro cada uno de ellos, mostrando cierta fascinación especialmente por los cuerpos abyectos.

De este modo, desde la disposición de lo que muy acertadamente Settanni (2013) denominó *periodismo aduanero* (15) se construye una frontera entre, por un lado, el enunciador y sus enunciatarios —que compartirían la misma curiosidad— y, por el otro, los protagonistas de sus crónicas y objeto de sus inquietudes. También aquí los movileros actúan como mediadores, esta vez para la reformulación de un saber que proviene de la turbación de conocer a quienes pertenecen a la comunidad LGBT. De hecho, al recorrer la geografía de la plaza, se detienen para dialogar con las y los asistentes con preguntas que, en verdad, tienen mucho de curiosidad y poco de diálogo. Su interés se centra en retratar y explicar, en primera persona, lo exótico que se hace presente en ocasión de la marcha.

Por otro lado, también aquí existe un juego entre lo mostrado y lo oculto: como en el caso de los migrantes regionales, en la comunidad LGBT los reclamos políticos son ignorados. Pero aquí el gesto es ostensivo: para cuando se lleva a cabo el segundo momento de la Marcha del Orgullo, el destinado a los reclamos por los derechos (que ocurre en la Plaza de los Dos Congresos), la mayoría de los medios ha desaparecido. Los momentos peticionantes literalmente son ignorados.

### **Blanco, heterosexual, clase media**

Al realizar el comparativo entre estos y otros casos puntuales, el equipo ha hallado algunas recurrencias que fuimos sintetizando a lo largo de las reuniones de discusión grupal y que de

algún modo son subsumibles en una consideración de tipo general. Estas reflexiones resultaron en la constatación de la existencia de un dispositivo mediático androcéntrico, etnocéntrico y de clase media. Más temprano que tarde es necesario puntualizar que este dispositivo no posee autonomía, sino que se enlaza con el régimen de visibilidad de la subalternidad históricamente constituido como campo de interlocución (Segato, 2007) nacional y, por lo tanto, con la particular configuración cultural (Grimson, 2011) en la cual los discursos sociales circulan (16).

Cuando el movilero “aduanero” dispara la batería de preguntas destinadas a indagar sobre las prácticas sexuales de los participantes, está ocupando una posición androcéntrica que asume la heteronormatividad como natural y por eso le da curiosidad conocer lo que caería por fuera de la norma y de la (su) moral. Cuando el cronista “viaja” al territorio migrante y allí prueba y aprueba comidas, asiste a fiestas y danzas, se recrea con la diversidad de colores y descubre una cultura, está poniendo en escena su propia extrañeza frente a un “otro” cultural que necesita asimilar. Ese otro que está afuera del discurso se presenta como un extranjero que perturba el campo y al que es necesario definir. Cuando se distingue entre “chicos de la calle” y “jóvenes”, y se los representa con escenarios, colores y comentarios sesgados por la clase, el que produce esas distinciones es un enunciador de clase media que condena las prácticas adictivas de los primeros, mientras protege a los segundos (pidiéndoles que no se olviden de tomar agua). Simultáneamente, ubica las prácticas de los primeros en la intemperie urbana, reforzando la idea de su desinstitucionalización, y las de los segundos en lugares cerrados, es decir, cuidados y pagos.

La trilogía que conforman estos ejemplos nos permitió plantear la existencia de una posición de enunciación androcéntrica, etnocéntrica y de clase media. Esta perspectiva, distinguible en el propio dispositivo mediático, se corresponde con lo que Bourdieu y Wacquant (1995) señalan como revelador de una violencia simbólica que, en la propia enunciación, constituye lo dado, lo asimila, lo clasifica, lo cuadrícula y lo ubica en un lugar relativo.

El atributo más significativo de este dispositivo es el desdibujamiento del lugar del enunciador que, así configurado, se enlaza con el régimen de visibilidad propio del campo de interlocución nacional. Este desdibujamiento, no obstante, se produce por naturalización y no por borrado de la presencia de quien ocupa el lugar del interlocutor; todo lo contrario. De hecho, su presencia —su cuerpo— es exacerbada: el cronista viaja; pregunta e indaga; se ríe con los conductores del piso; comenta sobre las prácticas; aconseja; celebra, condena, prueba, aprueba y desaprueba; está ahí para dar testimonio. Por lo tanto, lo que se naturaliza es su presencia, su cuerpo, su curiosidad e inquietud, dando por válida la perspectiva del enunciador.

Es desde esa perspectiva que, en la misma operación, se delimita y exotiza a los otros marcándolos como pertenecientes a un “grupo” visible, recortable y, entonces, “alterizado” (17). En esta situación comunicativa, la naturalización se monta en el lugar del que posee el saber, indicando que, en el par categorial que conforma dicha situación, el polo del saber es heterosexual, de clase media y “blanco”. Debe resaltarse que, en el contexto argentino, las comillas en “blanco” no son casuales: señalan la incomodidad de tener que condensar en un solo término a la cadena significativa blanco-nacional-argentino-porteño [habitante de Buenos Aires]. Una cadena que involucra a las alteridades históricas particulares de Argentina, a partir de la conformación relacional de una identidad nacional neutral y eculizada, que se constituyó como garantía de acceso a la ciudadanía (Segato, 2007) y que, por lo tanto, permea la correspondiente configuración cultural que deviene de ese proceso (Grimson, 2011). La ausencia de un término para denominar ese atributo de “blanco” es otro indicador de su naturalización. Como afirma Rosaldo, “la ciudadanía y la visibilidad cultural parecen estar relacionadas a la inversa. Cuando una crece, la otra decrece. Los ciudadanos titulares carecen de cultura y aquellos que están más envueltos en esta carecen de ciudadanía plena” (1991: 186). Dicho en palabras más simples: son siempre los “otros” los que tienen “cultura”. En las representaciones mediáticas analizadas, este enunciador diluido es el que habla de esos “otros”, los califica, hace comentarios, los agrupa, los ubica espacialmente incluso. De ese modo, el dispositivo siempre enmascara, como resultado de la misma operación, su posición y naturaliza de esta manera el lugar de saber-poder.

La diferencia siempre es situada y es también relacional, lo cual implica que uno de los polos de la relación tiene “la competencia de autorrepresentarse en el proceso de interacción cultural” (Reguillo, 2008: 13). Por eso mismo, cuando hablamos de dispositivo de representación mediático, nos referimos a un régimen de inteligibilidad que, sostenido en una especificidad sociotécnica y narrativa (material y simbólica), presenta en sus propios términos modos particulares de mediación cultural acordes con el ordenamiento de la diferencia históricamente configurado. Y dado que este dispositivo está engarzado con las específicas modalidades de organización de las alteridades históricas, termina reforzando la disimetría social.

La incorporación de las dimensiones socioculturales en el análisis sobre la legitimación de las disimetrías sociales ha contribuido a otorgarle nueva relevancia a los estudios sobre desigualdad. Sin desestimar las condiciones estructurales ni el marco económico que la sustenta, esta perspectiva multidimensional atiende al carácter socialmente productivo del proceso de legitimación de la desigualdad, sujeto a “convenciones culturales, marcos institucionales y relaciones de poder” (Reygadas, 2008: 68). Porque, si bien la desigualdad

posee una base material que la organiza, es también una construcción colectiva que opera en el encuentro entre la vida cotidiana y los circuitos de producción discursiva. Por eso este tipo de abordajes, que ponen en relación el sentido común, las representaciones mediáticas de la diferencia y los estudios socioculturales sobre la persistencia de la(s) desigualdad(es), resultan imprescindibles para continuar reflexionando sobre los vínculos complejos entre política y cultura, y entre democracia y comunicación.

## Notas

- (1) El plural en desigualdades señala la multiplicidad de dimensiones que implican modos diversos de accesos desiguales al goce de derechos y/o de opresión económica, político-ideológica, religiosa, de género, étnica y sus combinaciones.
- (2) Proyecto UBACyT (2014-2017): "Formas contemporáneas de legitimación de la desigualdad. Imágenes de la subalternidad en los medios de comunicación".
- (3) En esta presentación usamos el término *subalterno* en una versión simplificada que implica a sujetos ubicados en posición asimétrica respecto de la dominación, lo cual abarca un espectro variado de posiciones subordinadas respecto del ejercicio del poder en términos de género, sexo, etnia, raza, clase.
- (4) La barra entre subalternos y subalternizados separa ambos términos y también los conecta, porque entendemos que se trata de sectores en posición subordinada respecto del poder, que son a la vez subalternizados por las operaciones históricas —simbólicas y políticas— de ordenamiento social.
- (5) Al respecto puede verse "Informe Agenda", elaborado por el área de Evaluaciones (de contenidos), publicado en el sitio oficial del (ex) Comfer, actual Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). <[http://www.comfer.gov.ar/web/informe\\_agenda.php](http://www.comfer.gov.ar/web/informe_agenda.php)>.
- (6) El realismo, como atributo textual, vincula a los noticieros y al periodismo documental que han sido permeados por ese atributo en la casi totalidad del dispositivo de representación de los últimos veinte años en la Argentina. Las convenciones realistas conllevan la pretensión de transparencia y el enmarcado de un metalenguaje que oculta la autoría y la posición de enunciación, lo que produce un efecto de naturalización (MacCabe, 1994).
- (7) Adoptamos la sigla LGTB solo como síntesis. En la elaboración nativa de la sigla, que además se va modificando año a año, la letra T refiere a transexuales, travestis y transgéneros.
- (8) Asimismo, puede consultarse el número 78 de *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura* (2014) coordinado por Alejandra Cebrelli y María Graciela Rodríguez.
- (9) El apartado que sigue está basado en Álvarez (2010), Settanni (2013) y Vázquez (2013 y 2010).
- (10) El paco es una sustancia compuesta por pasta de cocaína procesada con ácido sulfúrico y kerosén, conocida como "ladrona de cerebros". Es una droga muy tóxica y de efectos cortos (entre 10 y 15 minutos) que resulta extremadamente adictiva. El poxirán es un pegamento de uso cotidiano y de venta libre que se inhala dentro de una bolsa produciendo efectos similares. Debido a su bajo precio y a la facilidad de su obtención en las calles, el paco en especial se ha expandido entre los sectores sociales más desfavorecidos.
- (11) En ese sentido, es interesante el uso de metáforas de ciertos animales salvajes asociados con lo amenazante y lo pernicioso para anclar el significado de algunas imágenes. Por ejemplo, una toma cenital en la cual un grupo de chicos

aparecen saliendo de “ninguna parte” en el momento en que un automóvil se detiene frente a la luz roja de un semáforo; la situación es de noche y está localizada en una calle céntrica de Buenos Aires. En pocos segundos, los chicos rodean el auto y luego se van hacia el “ninguna parte” desde donde vinieron. El zócalo expresa: “Pirañas”. La voz en *off* mientras tanto afirma: “Las pirañas del Obelisco ¿Quién podría imaginarlo? Son chicos de nueve, diez y once años (...) Se forman bandas de chicos que atacan en grupo como pirañas a lo largo de la avenida 9 de Julio, y meten mano a carteras y teléfonos celulares” (*América Noticias*, noviembre de 2008).

(12) Para el caso argentino, entre los migrantes regionales, los ciudadanos bolivianos, paraguayos y peruanos son quienes tienen una representación sobrevalorada.

(13) En la jerga, asistir “montad” a la marcha, significa ‘ir caracterizado con algún diseño que incluye peinados, indumentaria y otros atavíos’.

(14) “¿Dónde es la fiesta?”, “¿qué van a hacer en la carpa?”, “¿hay joda en la carpa?”, “¿cómo termina la fiesta?”, con novio, novios... ¿con muchos novios?” (*Canal 26*, 1/11/2008); “¿sos mimosa?” (*Crónica TV*, 7/11/2009); “¿vos querés un novio bien machito?” (*Canal 9, Bendita TV*, 9/11/2009).

(15) La categoría *periodismo aduanero* es una categoría construida *ad hoc* por Settanni (2013) en su investigación, para describir el accionar de los periodistas que se apostan en los ingresos a la Plaza de Mayo durante las Marchas del Orgullo. El acceso, restringido por las vallas policiales sobre la avenida Presidente Roque Sáenz Peña y las que rodean a la Catedral Metropolitana, es ocupado por los periodistas quienes se ocupan de custodiar el ingreso de los asistentes que se enfrentan, de este modo, a “la mirada incisiva de la cámara y la interpelación, muchas veces obscena, de los trabajadores de prensa. Para el periodismo aduanero, los entrevistados están obligados a responder. Ellos, a través de sus preguntas, marcan los temas de agenda, lo que se puede decir y mostrar, y lo que es mejor invisibilizar, erigiéndose como un verdadero dispositivo discriminador frente a la aparición del *otro*” (Settanni, 2013: 10).

(16) El campo de interlocución (Segato, 2007) regula las modalidades específicas de procesamiento de la diferencia, su jerarquización y las categorías de ordenamiento social y conforma “un estilo propio de interrelación entre sus partes” (47). Tomando como base este concepto, Grimson entiende a la cultura como “forma de interlocución de una época, como patrón compartido a través del cual se fabrican y exacerbaban las diferencias” (2011: 74).

(17) Brubaker focaliza sobre la diferencia analítica entre grupalidad, grupo y categorías para señalar que son las categorías las que conforman los grupos y no a la inversa. Advierte también acerca del riesgo del analista de sucumbir a los mecanismos por los cuales se organiza el sentido común basado en categorías prácticas que ordenan el relacionamiento social. “Este saber de sentido común basado en categorías configura la interacción cotidiana, aparece en las historias que cuentan los individuos sobre ellos mismos y los demás, brinda explicaciones prefabricadas para ciertos acontecimientos y situaciones” (2012: 112-113).

## Bibliografía

Álvarez, M. (2010), “Imágenes de la diferencia. Representaciones televisivas de los usuarios de drogas: un estudio sobre la dimensión simbólica-cultural de la desigualdad en el discurso televisivo”, tesis de Maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural, Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín.

- Álvarez, M.; M. G. Rodríguez, S. Settanni y M. Vázquez (2015), "Plumas, pipas y ceviches. Representaciones subalternizantes de los medios de comunicación contemporáneos", *La trama de la comunicación*, n.º 19.
- Arancibia V., y A. Cebrelli (2010), "Visibilidad y representaciones de los aborígenes de San Martín del Tabacal. Palabras (entre)cruzadas e imágenes (des)encajadas", *XII Congreso de Redcom*, Mendoza, UNCuyo.
- Barker, C. (2003), *Televisión, globalización e identidad cultural*, Barcelona: Paidós.
- Barth, F. (1976), "Introducción", *Los grupos étnicos y sus fronteras*, México: FCE.
- Bourdieu, P. y L. Wacquant (1995), *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, Méjico: Grijalbo.
- Brubaker, R. (2012), "Etnicidad sin grupos", en Claudio Benzecry (comp.), *Hacia una nueva sociología cultural. Mapas, dramas, actores, prácticas*, Bernal: UNQ.
- Delfino, S. (1998), "Desigualdad y diferencia: retóricas de identidad en la crítica de la cultura", *Doxa*, n.º 18.
- Grimson, A. (2011), *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hall, S. (2011), *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, E. Restrepo, C. Walsh y V. Vich (eds.), Popayán: Instituto de estudios sociales y culturales Pensar, Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, Envió Editores.
- Hall, S. (1997), *Representation & the media*, Northampton: Media Education Foundation.
- Hall, S. (1980), "Encoding/Decoding", Stuart Hall y otros (eds.) *Culture, media, language*, Londres: Hutchinson.
- Hall, S. (1984), "Notas sobre la deconstrucción de lo popular", en Raphael Samuels (ed.), *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona: Crítica.
- Lamont, M. y V. Molnár (2002), "The study of boundaries in the social sciences", *Annual Review of Sociology*, n.º 28.
- MacCabe, C. (1994), "Realism and the cinema: notes on some brechtian themes", *Screen*, vol.5, n.º 6.
- Maluf, S., N. Magalhães y S. Caggiano (2008), "As mídias em múltiplas perspectivas", *Ilha*, vol. 10, n.º 2.
- Mastrini, G. (2005), *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires: La Crujía.

- Reguillo, R. (2008), *Políticas de la (In)visibilidad. La construcción social de la diferencia*, Buenos Aires: FLACSO.
- Reguillo, R. (2002), "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada", *Anàlisi*, n.º 29, pp.63-79.
- Reygadas, L. (2008), *La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad*, México: Anthropos.
- Richards, N. (ed.) (2010), *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*, Santiago de Chile: CLACSO.
- Rosaldo, R. (1991), *Cultura y verdad. Nueva propuesta de análisis social*, México: Grijalbo.
- Said, E. (1990), *Orientalismo*, Madrid: Libertarias.
- Said, E. y R. Williams (1997), "Apéndice", en Raymond Williams, *La política del modernismo*, Buenos Aires: Manantial.
- Segato, R. (2007), *La Nación y sus otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de Políticas de la Identidad*, Buenos Aires: Prometeo.
- Settanni, S. (2013), "Sexualidades politizadas y medios de comunicación: la Marcha del Orgullo LGBT de Buenos Aires", *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, n.º 3.
- Thompson, J. (1998), *Los media y la modernidad*, Barcelona: Paidós.
- Tilly, C. (2000), *La desigualdad persistente*, Buenos Aires: Manantial.
- Tomlinson, J. (1991), *Cultural Imperialism*, Londres: Pinter Press.
- Vázquez, M. (2013), "La cultura como espectáculo. La inmigración regional televisada y filmada", *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, n.º 3.
- Vázquez, M. (2010), "El olor, la villa y la cultura. Representaciones inmigrantes regionales en la Argentina", tesis de Maestría en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Verón, E. (1987), *La semiosis social*, Buenos Aires: Gedisa.