



REVCOM. Revista científica de la red de carreras de
Comunicación Social
ISSN: 2451-7836
redcom.revcom@gmail.com
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Del mediocentrismo a un mirar antropológico sobre los medios. Ciudadanía, democracia y mediatización de lo público

Rodríguez, María Graciela

Del mediocentrismo a un mirar antropológico sobre los medios. Ciudadanía, democracia y mediatización de lo público

REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, núm. 9, 2019

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e018>

Del mediocentrismo a un mirar antropológico sobre los medios. Ciudadanía, democracia y mediatización de lo público

Do mediocentrismo à visão antropológica da mídia. Cidadania, democracia e mediação pública

María Graciela Rodríguez
UBA/UNSAM, Argentina
banquo@fibertel.com.ar

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e018>

Recepción: 28 Julio 2018
Aprobación: 01 Octubre 2019

RESUMEN:

El objetivo de la presentación es contribuir a la reflexión sobre la producción de discursividades mediáticas, democracia y ciudadanía, dando cuenta de los fundamentos teóricos y políticos de las investigaciones “culturalistas” sobre los medios de comunicación en el contexto de sociedades atravesadas por una tendencia creciente al oligopolio mediático. Para ello, la primera parte está dedicada a presentar la especificidad del régimen de visualidad mediático que se conforma en términos de su relación con las modalidades de legitimación del relacionamiento social. En segundo lugar, expongo algunos hallazgos de nuestra investigación en el marco de la perspectiva de un “mirar antropológico” sobre los medios, que considero eficaz para desovillar los mecanismos culturales de las representaciones mediáticas. Por último, reflexiono sobre la relevancia de esta perspectiva para repensar, con Aníbal Ford y con Nick Couldry, cuestiones cruciales relacionadas con la ciudadanía y la democratización en dos líneas: una acerca de la calidad de la información de la que dispone la ciudadanía para la toma de decisiones; y otra sobre la relación, no siempre garantizada, entre visibilidad mediática y reconocimiento social y sus implicancias tanto para el análisis cultural como para las políticas de derechos.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación, Democracia, Régimen de visualidad, Reconocimiento.

RESUMO:

O objetivo dessa apresentação é contribuir para a reflexão sobre a produção de discursividades da mídia, democracia e cidadania, concretizando os fundamentos teóricos e políticos da pesquisa “culturalista” sobre a mídia, em sociedades com tendência crescente ao oligopólio. Para isso, a primeira parte dedica-se a apresentar a especificidade do regime de visualidade da mídia, moldado em termos de sua relação com as modalidades de legitimidade das relações sociais. Em segundo lugar, se apresenta alguns avanços de nossa pesquisa com uma “visão antropológica” sobre a mídia, que se considera eficaz para desativar os mecanismos culturais das representações. Por fim, reflito sobre a relevância dessa perspectiva para repensar, com Aníbal Ford e Nick Couldry, questões cruciais relacionadas à cidadania e à democratização em duas linhas: uma sobre a qualidade da informação disponível aos cidadãos para tomada de decisão; e outra; sobre a relação, nem sempre garantida, entre visibilidade da mídia e reconhecimento social de suas implicações para a análise cultural e para as políticas de direitos.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia, Democracia, Reconhecimento, Regime visual.

En Argentina, las investigaciones sobre medios de comunicación en general han adoptado dos caminos: por un lado, los trabajos que van desovillando los entramados económicos, políticos y regulatorios de las empresas de medios gráficos y electrónicos, junto con una imparable tendencia a la convergencia digital; y por el otro, estudios sobre las discursividades mediáticas, tanto en la versión más “dura” del framing -o análisis de los encuadres-, como en la más “blanda” modalidad textualista. Los esfuerzos por conciliar ambas vertientes (Mattelart, 2011), son escasos aunque loables, pero parecen ser horadados por los vertiginosos cambios institucionales y políticos de la Argentina donde la agenda sobre el Derecho a la Comunicación de los ciudadanos ha tenido éxitos, académica y políticamente, pobres y relativos.

En este contexto, nuestra investigación¹ se propone estudiar el entramado simbólico en el marco del cual la ciudadanía aprehende las formas de relacionamiento social, ubicando a las representaciones mediáticas

como centro del análisis. Entendemos que en esas representaciones se precipitan y se destilan elementos de las diferencias históricas sedimentadas socialmente (Grimson, 2011), y que en el procesamiento efectivo de esas diferencias se enmascaran y naturalizan las jerarquías y desigualdades sociales.

En esta presentación propongo enlazar dos cuestiones articuladas con la pregunta por el rol de los medios de comunicación en los procesos de producción de subjetividades políticas y de derechos en la ciudadanía. Por un lado, retomando las formulaciones de Aníbal Ford (1999) acerca de la calidad de la información de la que dispone la ciudadanía para la toma de decisiones en el marco de una tendencia que obtura la posibilidad de su democratización. Por el otro, a partir del trabajo de Nick Couldry sobre la “política de las voces” (2010), abordando el tema de la relación, no siempre garantizada, entre visibilidad mediática y reconocimiento social y sus implicancias tanto para el análisis cultural como para las políticas de derechos. Previamente, expongo los fundamentos teóricos y políticos de nuestras investigaciones, con el fin de contribuir a la comprensión de la especificidad del régimen de visualidad mediática en su relación con las modalidades de legitimación del relacionamiento social; y reservo la última parte a reflexionar sobre la relevancia de esta perspectiva para repensar, con Ford y con Couldry, cuestiones cruciales relacionadas con la ciudadanía y la democratización de la sociedad.

SINERGIAS, CONVERGENCIAS Y DISPUTAS

Como ya lo ha postulado Foucault (1979), aquello que se considera “la realidad” en un momento dado es el resultado de un régimen específico de inteligibilidad históricamente configurado y naturalizado como tal que forma parte activa del entramado social, cultural y político de la vida cotidiana, esa dimensión rutinaria y subrepticia que, sin embargo, da sentido a la vida de millones de seres humanos. Desde estas consideraciones generales, en nuestro trabajo de investigación “descendemos” a recortes empíricos con marcos temporales y geográficos concretos, entrelazando el régimen de verdad foucaultiano con la especificidad socio-cultural de las sociedades en las cuales ese régimen encarna y se particulariza en un determinado *campo de interlocución* (Segato, 2007). Cada campo de interlocución regula las modalidades específicas de procesamiento de la diferencia, su jerarquización y las categorías de ordenamiento social de la comunidad, conformando un sistema de alteridades históricas, “un estilo propio de interrelación entre sus partes” (Segato, 2007, p. 47). Y si bien el Estado tiene un rol crucial en la delimitación de las fronteras, la caracterización de cada sujeto y su ubicación en el orden social, los medios de comunicación masivos, en paralelo, ponen en circulación narrativas que, en gran parte, se condicen con esas alteridades históricas. Junto con la escuela, el mercado, las iglesias, la familia y otras instituciones, forman parte del conjunto de mediaciones que operan en las múltiples tramas de los sujetos, poniendo en contacto las grandes narrativas sociales con la vida cotidiana (Martín-Barbero, 1987).

Históricamente el régimen de visualidad (mediático),² se ha constituido en interdependencia con el entramado simbólico con el cual interactúa, lo que significa que no está desamarrado de la particular *configuración cultural* (Grimson, 2011) donde se inserta. Esta sinergia, que como todo campo discursivo es una arena de disputas, articula su fortaleza en el lento y nunca acabado modelado de la específica hegemonía cultural que resulta de ella. Portadoras de una densidad histórica (Arancibia y Cebrelli, 2010) que las refuerza y les da pregnancia social las representaciones mediáticas se entienden como el resultado de un proceso de construcción de la realidad no autónomo sino interdependiente respecto de la sociedad en la que circulan, proceso en el cual también se disputan categorías, contenidos y formas. Operando en el presente, sostenidas en el pasado y orientadas hacia el futuro, las representaciones mediáticas implican presencias, figuras visibles, y también ausencias e invisibilidades: “las representaciones son elementos activos en los rumbos que toma la historia, en la manera como la gente percibe las situaciones” (Said y Williams, 1997, p. 219).

Esta articulación, definible como un *régimen de visibilidad de la hegemonía* (Arancibia y Cebrelli, 2010) o como *políticas de (in)visibilidad* (Reguillo, 2008), remite a una situación provisoria y siempre inestable de un

campo de fuerzas determinado contextualmente, sujeto a modificaciones en la misma dinámica articuladora: ¿qué es posible percibir y qué no en determinado momento? El conjunto de estrategias que administran la mirada, constituidas históricamente a partir de un intercambio siempre desnivelado de construcción de sentido, indica a la vez una regulación histórica de las relaciones de poder/saber: ¿cómo percibimos?, ¿cómo conocemos? Se instaura así un ordenamiento de los grados de legitimidad del “mapa” de interlocutores válidos: se regula la legitimidad de las voces de los actores que ameritan acceder a la circulación pública; las condiciones mismas de su visibilización y su reconocimiento; el ocultamiento y/o la iluminación de algunas figuras de la alteridad en desmedro de otras. El interrogante crucial que surge es: ¿quién es el “otro” en los medios de comunicación? ¿Es siempre el mismo? Y si siempre existió un “otro”, ¿en qué figuras encarna ese “otro” en cada contexto, temporal y geográfico? ¿Cómo se va re-articulando la otredad en nuevos tropos según las dinámicas históricas? ¿Y de qué atributos –histórico-culturales- están equipadas esas figuras para erigirse en una actualización de la otredad en un momento y un lugar determinados? ¿Con cuáles dinámicas políticas, sociales y culturales se articulan? ¿Qué recursos culturales se han estado movilizando en una sociedad para que esas figuras asuman la representación de la otredad en un contexto específico?

La presencia de un otro ha sido siempre necesaria para establecer una *cultura en dominancia* (Hall, 2010); lo peculiar de las sociedades contemporáneas es que los medios de comunicación participan activamente de esa cultura en dominancia y, por lo tanto, de la co-producción de la diferencia como alteridad de un supuesto universal dominante. Y como parte de la misma estrategia de dominio ese otro no encarna solamente en una figura asimilable de la diferencia, sino que se construye como “desvío”, como “peligro”, como “exótico”, y/o como una síntesis articuladora de todos esos calificadores. La diferencia es siempre no solo una diferencia situada de modos históricos y geográficos, sino que además está tironeada por diversos sectores de la sociedad en el marco de específicas formaciones desniveladas respecto del poder acumulado: los sectores hegemónicos para que esa diferencia sea calificada de “anomalía”; los sectores subalternos para intentar obtener reconocimiento público y aceptación social plena de la diferencia en su particular experiencia humana.

UN ENUNCIADOR PARTICULAR

La comunicación implica más que el campo acotado de los medios de comunicación: compromete al intercambio intersubjetivo de significados en la búsqueda de lo común. Por ende, tanto los regímenes de visibilización como los de visualidad mediática constituyen un tema clave para el análisis de las sociedades contemporáneas, y especialmente de los problemas que focalizan sobre la ciudadanía y el acceso a derechos. ¿Cómo pensar la relación entre desigualdad(es), sentido común y medios de comunicación? ¿Cómo se administran socialmente los recursos simbólicos que sostienen la circulación de las representaciones y, por lo tanto, de 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? Estas preguntas, que conmueven el corazón de la articulación entre cultura y política, exigen 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; de las modulaciones concretas del régimen de visualidad; de los vínculos de este con la visibilidad política; y de una perspectiva que evada tanto las trampas mediocéntricas como la exaltación de la autonomía de los sujetos respecto de los medios.

Un *mirar antropológico* (Caggiano, Magalhaes y Maluf, 2008) permite dar cuenta no solo del entramado comunicacional-cultural de la conformación de alteridades, sino también de los “lugares” simbólicos donde quedan atrapados los sujetos así representados, para reconstruir luego las *contra-estrategias* (Hall, 2010) que adoptan para sortear los obstáculos de ese entramado. Esta perspectiva entiende a los medios de comunicación

como formando parte de la cultura y no en su inmanencia; y particulariza su atención en las relaciones de los contextos comunicacionales y sus dinámicas con los escenarios sociales, políticos y culturales con los cuales interactúa. En esta línea de investigación parece necesario desconfiar de los estudios cuya interpretación culmina o bien en atribuirle a la visibilización de la otredad un carácter democratizador, o bien un carácter demonizador. Con frecuencia se confunde la exposición en los medios de las figuras de esos “otros” (la mayoría de las veces mudas, o siendo habladas por intermediarios), y/o la celebración de su supuesta “voz”, con el reconocimiento social de la experiencia vital de ese otro en la plenitud de su existencia. O su contrario: la impugnación total de ese reconocimiento social. Como señala Ford (1999), no es lo mismo no estar en la pantalla (el derecho a ser visto como derecho a la comunicación), “que estar presente pero distorsionado” (p. 162). Ambos procesos, aunque diferentes, discriminan en igual grado. La conjunción antropología-comunicación abre el camino para una mirada que interroga no a los medios en sí mismos, sino a la relación entre las modalidades de producción de discursividades concretas sobre las alteridades y su ubicación en el espacio social.

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, 2010). De hecho, a pesar de la hiper-visibilización mediática de los sectores populares registrada en los últimos años en Argentina,³ 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 socio-cultural y política. El mirar antropológico sobre los medios permitió observar, a la par de los contenidos discriminatorios de la mayoría de las representaciones mediáticas, el borramiento del enunciador a través del artificio enunciativo. En el intento de develar lo que en las representaciones mediáticas se naturaliza al punto de volverse “invisible”, el objetivo de nuestra investigación fue reconstruir la trama de elementos retóricos y enunciativos que, en conjunto, refuerzan las significaciones aceptadas, reinscribiendo, entonces, las regulaciones simbólicas en el sentido común históricamente construido.

Con el fin de producir este análisis, constituimos un corpus diverso elaborado a partir de una primera etapa de exhaustiva revisión de materiales comunicacionales desde la perspectiva del mirar antropológico. Seleccionamos las representaciones que ofrecieron una saturación respecto de sus recurrencias las cuales, aún con divergencias, fueron orientando nuestras preguntas.⁴ Finalmente, construimos analíticamente “casos” de estudio con la propuesta de superar el nivel semiótico para dar cuenta de la mutua permeabilidad entre los textos y el sentido común socialmente compartido. De modos generales, es posible decir con certeza que, en el contexto de la concentración de medios de los últimos veinte años en Argentina,⁵ las representaciones que los medios hacen de la subalternidad tienden a sobre-representar las diferencias culturales y a diluir en ellas a la(s) desigualdad(es).

Una cuestión observada en el transcurso de la investigación es que el problema de la enunciación ha quedado relegado, en general, a un plano no explícito.⁶ Atender a ella nos permitió deconstruir el sentido común en su emplazamiento simbólico reconstruyendo la posición enunciativa que se desdibuja en la misma operación. Junto con el sesgo de carácter “contenidista” asociado a la estigmatización, advertimos un elemento común en los “casos” analizados, ligado a los elementos enunciativos, y oculto a simple vista: la constatación de la existencia de un dispositivo mediático androcéntrico, etnocéntrico, porteño-céntrico y de clase media (Álvarez Broz, Rodríguez, Settanni y Vázquez, 2015).

El desdibujamiento del lugar del enunciador, no obstante, se produce por *naturalización* y no por borramiento de la presencia de quien ocupa el lugar del interlocutor: 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. Se posiciona en Buenos Aires y desde allí cartografía; vacila ante lo que desconoce; exotiza y celebra la diferencia cultural; pone de relieve lo que se aleja de la (su) norma y

produce discursos morales. Así, da por válida su perspectiva y en la misma operación delimita y exotiza a los otros marcándolos como pertenecientes a un “grupo” visible, recortable y, entonces, “alterizado”.

Si la situación comunicacional que conlleva esta operación enunciativa des-oculta una posición que detenta mayor poder para participar activamente en la disputa por (el mantenimiento de) la hegemonía, se dimensiona un punto central sobre el modo en que se negocia la relación entre los grupos. La comunicación no sólo permite el diálogo, sino que además expresa públicamente, pone blanco sobre negro, las relaciones entre las fuerzas desiguales de las que cada grupo dispone para hacer prevalecer su posición. El propio diálogo representa el límite de una frontera móvil entre sujetos con diversos grados de poder, y señala por eso un concepto relativo al lugar desde el cual cada grupo puede acreditarse como legítimo, como interlocutor válido, como portador de una voz pública con peso pleno. ¿Cómo se representa al otro desde unas empresas de medios cada vez menos reguladas por el Estado? ¿Estamos ante sujetos “sin voz”, o ante poderosos “sin oídos”?

MEDIOS, CIUDADANÍA Y DEMOCRACIA

Derivadas de la cuestión de la inmutabilidad de la posición enunciativa emergen al menos dos líneas de reflexión sobre estas implicaciones: por un lado, la pregunta por la calidad y veracidad de la información de la que dispone la ciudadanía para la toma de decisiones; y por el otro, el tema de la relación, no siempre garantizada, entre visibilidad mediática y reconocimiento social. La primera reflexión se relaciona con la problematización de un contexto contemporáneo en el cual se combina un creciente empobrecimiento de la información con una cada vez más alta concentración de empresas de medios de comunicación (masiva y digital) en pocas manos. Sumado a ello se observa una tendencia imparable hacia la convergencia digital de las telecomunicaciones sobre la que los empresarios están apostando amparados por la ambigüedad y debilidad de los marcos regulatorios estatales. Una significativa desigualdad distributiva de la información socialmente relevante ocurre tanto en términos económicos como de derechos: la expansión exponencial de los usos de las nuevas tecnologías compromete no solo los términos de acceso, sino también los de la calidad de la información socialmente necesaria para intervenir en deliberaciones públicas tales como la relación del extractivismo con el medio ambiente; las implicancias de asilo a los refugiados y/o exiliados y su inserción en la vida económica y social de los países; la intervención de organismos financieros en la economía; el rol de los aparatos represivos en la sociedad; son algunos de los temas sobre los que la ciudadanía cada vez cuenta con menos información, o esta es más opaca, o está distorsionada.

Una perspectiva tecnocéntrica argumentaría que el problema asociado a las –ya no tan- nuevas tecnologías, es la desigualdad de acceso al equipamiento, cuya reversión solucionaría el tema. No obstante, una pregunta se mantiene dramáticamente en pie: ¿con qué herramientas cuentan los ciudadanos para la toma de decisiones? ¿Y de qué modo pueden decidir cuando la información es procesada desde un lugar de enunciación ligada a posiciones de legitimidad y poder? ¿Cómo tramitan esa información quienes son deslegitimados en su propia experiencia vital y, por lo tanto, difícilmente sean considerados interlocutores válidos? Sin ir más lejos, un ejemplo reciente ilustra esta relación desigual. Durante la investigación en curso a raíz del caso Maldonado,⁷ las declaraciones de los mapuches fueron poco estimadas por el juez de la causa. Asimismo, al principio del conflicto que tomó estado público, se presentaban con la cara cubierta por un pasamontañas por temor a represalias. Mientras tanto, los medios hegemónicos colaboraron en esta falta de legitimación con versiones estrambóticas y estigmatizantes (como por ejemplo, acerca de un vínculo entre la comunidad mapuche, las Farcs y el ejército kurdo, o proveyendo información falsa sobre el supuesto origen chileno de la comunidad mapuche). ¿Cómo ser considerados interlocutores válidos cuando la estructura de alteridades históricas de la Argentina negó el reconocimiento de las comunidades originarias? “No tengo nada que ocultar, pero no importa lo que diga, es una guerra mediática que busca ensuciar nuestra lucha de cualquier manera”, dice uno de los testigos.⁸ ¿Cómo otorgarle el derecho a la palabra en igualdad de condiciones?

El deterioro de los términos del intercambio es no solo económico sino también cultural e informacional. Ford (1994) se pregunta: ¿cómo se informa la ciudadanía sobre lo que pasa en el país y en el mundo? ¿Cómo se construyen las agendas de discusión? ¿Existe una agenda global? ¿O se trata, más bien, de problemas globales con discusiones diferentes? ¿Cómo se distribuye y se jerarquiza la información socialmente necesaria para los procesos de decisión económica y política? Por otro lado, es verdad que el uso y consumo de la comunicación digital implica la aparición de intersticios por donde cierta información “alternativa” puede circular; y que una multiplicidad de voces desfila por estos nuevos medios. Sin embargo, en ocasiones la persistencia de las modalidades de enunciación produce que los usuarios compartan las visiones del dominante. La asimetría del poder en la administración de estos recursos tecnológicos, es no solo material sino también simbólica.

Claro que, a tono con una concepción humana de la comunicación, la ciudadanía no se constituye solo a partir de lo que dicen los medios, sean estos masivos o reticulares; que las agendas ‘macro’ se disputan también en la calle, en las manifestaciones, en las instituciones, en la vida cotidiana. Sin embargo, tanto el consumo de medios de comunicación como la participación en organizaciones sociales o en ámbitos como la escuela, las conversaciones cotidianas, el trabajo, son situaciones atravesadas no solo por mediaciones sociales y culturales de diversa envergadura, sino también por cuestiones estructurales que resultan fundamentales como condicionantes de la construcción de hegemonía. Se trata de capas tectónicas en las que los cambios sociales se asientan y traman una relación entre las disputas simbólicas, la diferencia de acceso y de equipamiento y la desigualdad de la puesta en circulación y procesamiento de sentidos sociales. Es en ese contexto que continúan vigentes las preguntas rectoras de Ford (1999) respecto de que no hay que analizar las nuevas tecnologías en sí mismas, sino los cambios socio-culturales que las implican y que impactan sobre la toma de decisiones, y sobre cuyo impacto no parece haber aún respuestas concretas. Lo que está en el centro de estas implicancias en los dispositivos de la democracia y en la formación del ciudadano, es la propia sinergia entre las innovaciones tecnológicas, las modificaciones en el periodismo y la convergencia digital.

La otra línea reflexiva se vincula con la relación, muchas veces homologada en investigaciones sociológicas, entre visibilidad mediática y reconocimiento social. Trabajando a partir de las teorías sobre la administración de las voces, Couldry (2010) ⁹ despliega una inspección crítica sobre algunos estudios sobre cultura y comunicación que celebran la aparición de una diversidad de voces en el espacio público. Sostiene que esta celebración se caracteriza por homologar la reivindicación de un grupo de “hacer oír su propia voz” con la obtención de visibilidad. Y señala que, en su afán celebratorio, se desestima el riesgo de convertir la aparición de “voces-otras” en un mero slogan calificable como “neoliberal”, en el sentido de un exceso en los términos de la tolerancia hacia el otro que, sin embargo, no lo reconoce en la plenitud de su experiencia de vida. Esto conduce a celebrar un remedo de diversidad cultural, banal, sin bases políticas que modifiquen en lo concreto la administración del poder y de los recursos Hall ([1992] 2010) ¹⁰.

Sin un reconocimiento pleno de derechos, y por lo mismo, político, no hay democratización verdadera del poder. Democratizar las voces implica dos caras, inseparables, de un mismo proceso: hablar y escuchar. Atender solo a una de las caras (la correspondiente al hablar), promueve un escenario donde aparentemente existen muchas voces que en realidad siguen siendo no-escuchadas en su plenitud. O peor: estigmatizadas o banalizadas. De hecho, como se expuso más arriba, a pesar de la hiper-visibilización de actores y escenas de la diferencia cultural registrada en la Argentina en los últimos años, lo que se observa concretamente es que esa visibilización está mediada por encuadres que oscurecen la expresión de la plenitud de su experiencia socio-cultural y política. Una verdadera política de voces exige que el “hablar la propia voz” sea colocada en extensiva articulación con una política de “escuchar todas las voces”, porque, de otro modo, la aparición de “voces” en el espacio público se presenta como un conjunto de “ruidos” desordenados.

Democratizar las voces implica articular historias con otras para otorgar entidad plena a la experiencia humana en su conjunto, presentar públicamente la capacidad de todos los sujetos de dar cuenta de sus vidas, con relatos “indefinidamente enredados con las historias de otros” (Couldry, 2009, p.580). El verdadero diálogo implica el mutuo reconocimiento de cada uno de los seres humanos como agentes reflexivos con

derecho a formar parte de la historia común, porque la experiencia básica, compartida, de la humanidad resulta de la relación con un otro que vive su experiencia en el marco de situaciones y valores distintos sesgados por la clase, el género, la etnia, la residencia geográfica, las credenciales educativas, etcétera. Y si comunicar implica poner en común, el mismo proceso conlleva dialogar sobre lo diverso de esa experiencia en común y reconocer la diferencia de esa experiencia común (Sennet, 2003). Como una moneda de dos caras, no hay posibilidad de comunicación si no hay algo en común; pero tampoco habría nada que comunicar si no hubiera diferencias. Por ende, si lo común permite la comunicación, la alteridad interroga la relatividad de la propia experiencia, y, como resultado de esa interrogación, se visibiliza la diferencia. Ambas instancias permiten la comunicabilidad y la puesta en común de la diversidad de la experiencia humana. Y sin reconocimiento pleno de la diferencia, no hay posibilidad de encuentro.

Los medios proporcionan recursos para formular juicios en el mundo cotidiano de los sujetos poniendo en circulación tópicos y narrativas peculiares, aportando discursos, textos e imágenes de la diferencia, y alimentando el diálogo que necesariamente se requiere para la comunicación. Por eso, tanto el problema de la información socialmente relevante para la toma de decisiones, como la cuestión del reconocimiento social a partir de una verdadera política de las voces, abre un interrogante que excede el marco puntual de cualquier investigación: ¿cómo entender los modos en que los sujetos tramitan, experimentan y dan forma a las prácticas democráticas en las nuevas sociedades mediatizadas? ¿Cuál es específicamente la actividad de los/as ciudadanos/as en relación con los discursos mediáticos? ¿En qué medida, en qué exacta medida más allá de lo opinable, lo deseable o lo posible, los medios contribuyen al procesamiento de las prácticas democráticas?

REFERENCIAS

- Álvarez Broz, M., Rodríguez, M., Settanni, S. y Vázquez, M. (2015). Plumas, pipas y ceviches. Representaciones subalternizantes de los medios de comunicación contemporáneos. *La trama de la comunicación*, (9), 89-111.
- Arancibia, V. y Cebrelli, A. (2010). *Visibilidad y representaciones de los aborígenes de San Martín del Tabacal. Palabras (entre)cruzadas e imágenes (des)encajadas*. Ponencia presentada en el II Congreso de Redcom. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.
- Caggiano, S., Magalhães, N. y Maluf, S. (2008). As mídias em múltiplas perspectivas. *Ilha*, 10 (2), 11-16.
- Couldry, N. (2010). *Why Voice Matters. Culture and Politics after Neoliberalism*. Londres: Sage.
- Couldry, N. (2009). "Rethinking the politics of voice". *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 23 (4), 579-582.
- Couldry, N. (2008). "Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling". *New Media Society*, 10 (3), 373-391.
- Couldry, N. (2006). "Culture and citizenship. The missing link?". *European Journal of Cultural Studies*, 9 (3), 321-339.
- Ford, A. (1999). *La marca de la bestia*. Buenos Aires: Norma.
- Ford, A. (1994). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.
- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hall, S. (2010). *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Restrepo, E., Walsh, C. y Vich, V. (eds). Popayán: Instituto de estudios sociales y culturales Pensar, Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, Enviñón Editores.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mastrini, G., Becerra, M., Baranchuk, M. y Rossi, D. (2005). Introducción. En *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)* (pp. 11-27). Buenos Aires: La Crujía.

- Mattelart, A. (2011). Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales. En Albornoz, L. (comp.) *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 157-176). Buenos Aires: Paidós.
- Reguillo, R. (2008). *Políticas de la (In) visibilidad. La construcción social de la diferencia*. Diploma superior en educación, imágenes y medios. Buenos Aires: FLACSO, 2008.
- Rodríguez, M. (2018): Dos postales y una reflexión: regímenes de visibilidad y de visualidad (o cómo pensar la ciudadanía en sociedades mediatizadas). En Elizalde, S. y Rodríguez, M. (coords.), *Aquí estamos. Estudios sobre públicos, pantallas y representaciones mediáticas* (s/p), La Plata: EDULP, e/p.
- Said, E. y Williams, R. (1997). Apéndice. Medios de comunicación, márgenes y modernidad. En Williams, R.: *La política del modernismo* (pp. 217-239). Manantial, Buenos Aires.
- Said, E. (1990). *Orientalismo*. Madrid: Libertarias.
- Segato, R. (2007). *La Nación y sus Otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de Políticas de la Identidad*. Buenos Aires: Prometeo.
- Sennett, R. (2003). *Carne y Piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Alianza.

NOTAS

- 1 Proyecto UBACyT (2014-2017): "Formas contemporáneas de legitimación de la desigualdad. Imágenes de la subalternidad en los medios de comunicación".
- 2 Interesa hacer una distinción entre el régimen de visualidad (mediático), entendido como el conjunto de elementos icónicos, verbales y paratextuales que construyen las "reglas sociales del mirar"; y el régimen de visibilidad (política) que aunque informado por el anterior, lo excede hacia situaciones que ocurren en el espacio público general. Para ampliar ver Rodríguez, M. (2018, e/p).
- 3 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. En "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
- 4 A fin de transparentar los criterios de selección, cabe recalcar que no se trató de una pauta pre-concebida 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 posterior de síntesis.
- 5 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 et al (2005) han 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. A pesar de los intentos de modificación de las normas regulatorias de los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner, el escenario mediático continuó ejerciendo su impacto en el contexto cultural manteniendo ciertas características que señalan una línea de continuidad.
- 6 Hablo de un plano no explícito porque la cuestión de la enunciación está sobre-entendida y acaso señalada, pero su colocación en el análisis no es central.
- 7 Santiago Maldonado es un joven de 28 años cuya desaparición fue denunciada por varios organismos de derechos humanos el 1 de agosto de 2017. Algunos testigos mapuches dicen haberlo visto por última vez cuando la gendarmería nacional lo detuvo en el desalojo de una protesta, cuando se encontraban reclamando por la liberación del dirigente mapuche Facundo Jones Huala. El gobierno argentino no solo niega que gendarmería haya detenido al joven, sino que está incurriendo en encubrimiento, que es una de las dos dimensiones presentes en la desaparición forzada de personas.
- 8 Fuente: <https://www.pagina12.com.ar/67797-parte-de-la-persecucion-mediatica-y-judicial>. Acceso 8 de octubre 2017.
- 9 También he consultado otras publicaciones de su autoría (2006; 2008; 2009) donde presenta anticipadamente sus postulados. Todas las citas de este autor son mi traducción.
- 10 El trabajo de Hall, que es originalmente de 1992, fue traducido y publicado como Hall, Stuart: "¿Qué es lo "negro" en la cultura popular negra?", en Hall (2010).