



# MAPA DE DISCUSIONES CONCEPTUALES DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Trabajo Integrador Final  
Alumno: Adrián Esteban Linardi  
Director/a: Manón Protto Baglione



***"Mapa de discusiones conceptuales del campo de la  
comunicación"***

**Autor:** *Adrián Esteban Linardi*

**Legajo:** *20735/1*

**Mail:** *adrianlinardi@hotmail.com*

**Sede:** *ISER - Av. Dr. José María Ramos Mejía 1398, CABA*

**Director/a:** *Lic. Manón Protto Baglione*

**Fecha de presentación:** *Noviembre 2020*

**Resumen:** Este material educativo académico es un mapa de discusiones conceptuales que realiza un recorrido por términos transversales del campo de la comunicación.

**Reseña personal:** Mi nombre es Adrián, tengo 32 años, soy locutor publicitario, productor de TV, futuro licenciado y me desempeño en los medios de comunicación desde hace más de 10 años. Soy afortunado de tener la posibilidad de trabajar de lo que disfruto y vivir de ello. Estar vinculado a la publicidad y a la TV me permite reflexionar sobre los modos de comunicación de contenidos, deconstruir mensajes, pensar creativamente, exponer la invisibilización de derechos y, entre otras cosas, entender el mapa mediático de los diversos actores sociales que disputan la hegemonía discursiva cultural.

# Índice

<b>Prólogo</b>	<b>2</b>
<b>Hegemonía</b>	<b>6</b>
<i>La hegemonía en Gramsci</i>	6
<i>Hegemonía y cultura: sociedad, orden, dominación y consenso</i>	7
<i>Interpelación y alienación</i>	8
<i>Hegemonía y política: dominación, comunicación, estado y poder</i>	10
<i>Trabajo y meritocracia</i>	12
<i>Igualdad de oportunidades vs. Igualdad de posiciones</i>	14
<i>Significados y símbolos, la frontera donde todo se vuelve difuso</i>	15
<b>Discurso</b>	<b>17</b>
<i>Significados y significantes</i>	17
<i>Género e identidad de género</i>	18
<i>Lenguaje, objetos, signos y producción discursiva</i>	20
<i>El desfase y la comprensión de memes</i>	22
<i>¿La comunicación es un enigma?</i>	25
<i>Los orígenes de lo humano en el lenguaje y el discurso</i>	27
<i>Contexto y discurso en los eventos comunicativos</i>	28
<b>Política</b>	<b>30</b>
<i>La política y lo político</i>	30
<i>Diferenciación entre política y técnica</i>	30
<i>La dimensión política en el campo comunicacional</i>	32
<i>Democracia: el rol de lo político</i>	32
<i>Paradigmas liberales</i>	34
<i>¿Para que haya democracia, tiene que haber acuerdo o desacuerdo? ¿diálogo o conflicto?</i>	34
<i>Agonismo: un espacio de conflicto y antagonismo</i>	36
<b>Medios de Comunicación</b>	<b>37</b>
<i>El sentido común</i>	38
<i>Los medios masivos de comunicación: actores sociales constructores de sentido</i>	39
<i>¿Cuál es el origen de los medios de comunicación?</i>	40
<i>¿Podemos elegir los productos audiovisuales que deseamos consumir?</i>	42
<i>La credibilidad de los medios de comunicación</i>	43
<i>Decodificación de los discursos de TV</i>	44
<i>Cuestión de mediaciones</i>	46
<i>¿Cuál es el rol de los medios de comunicación? ¿Son instrumentos o actores sociales con poder político?</i>	48
<b>Derecho a la comunicación</b>	<b>49</b>
<i>¿Qué es un derecho?</i>	49

<i>El derecho a libertad de expresión e información</i>	50
<i>La censura en los medios masivos de comunicación</i>	51
<i>El origen de la libertad de expresión</i>	52
<i>Estados garantes del derecho a la comunicación y la información</i>	53
<i>Responsabilidades del uso del derecho a la libertad de expresión</i>	55
<i>Fallo judicial: violación a la intimidad vs. libertad de información</i>	56
<i>Primer decreto argentino sobre libertad de expresión</i>	57
<b>Cultura</b>	<b>58</b>
<i>Cuestiones culturales en Latinoamérica</i>	59
<i>La violencia cultural</i>	60
<i>La industria cultural</i>	61
<i>Un recorrido por lo popular</i>	62
<i>¿Por qué se volvieron populares las hamburgueserías en Argentina?</i>	66
<i>Los medios de comunicación como configuradores sociales y culturales</i>	68
<i>Transformación de los estudios culturales en América Latina</i>	69
<i>¿Los sectores subalternos tienen cultura?</i>	70
<b>Poder</b>	<b>72</b>
<i>El poder en el discurso</i>	72
<i>Lógica lineal y unidireccional del poder</i>	73
<i>Tipos de poder</i>	74
<i>Articulaciones y relaciones de poder</i>	75
<i>Poder político: Estado, espacio público y opinión pública</i>	76
<i>Medios sociales/Redes masivas</i>	77
<b>Bibliografía APA</b>	<b>80</b>
<b>Anexo</b>	<b>93</b>

## Prólogo

“Desde la coloquialidad, trabajar la complejidad” (A. Martinuzzi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).

“La opinión pública no existe”, así lo pronunció Pierre Bourdieu (1992, p.311) hace casi 50 años y lo reafirmamos en 2020. Los conceptos más relevantes del campo de la comunicación son nociones conocidas por gran parte de la sociedad, pero de las cuales los sujetos que no están vinculados a la comunicación tienen un conocimiento asistemático. Los individuos no sólo le dan un uso coloquial a los conceptos, sino que además simplemente toman posición sobre opiniones ya formuladas.

Asimismo, la gente puede producir una opinión a partir del *ethos* de clase, un sistema de valores, costumbres y conductas implícito e interiorizado desde la infancia que brinda respuestas a diferentes problemas, y sus respuestas allí generadas pueden tener una significación diferente en su interpretación dentro del plano político (Bourdieu, 1992). Por todo ello, sostenemos que la opinión pública no existe, al menos en la forma definida por aquellos que tienen interés en afirmar su existencia.

Por lo mencionado, los comunicadores enfrentan una complejidad doble al momento de profundizar sobre la disciplina comunicacional. Por una parte, deben lidiar con la liviandad con la que la población trata los conceptos de la ciencia de la comunicación; y por el otro, buscan desprenderse de esa perspectiva de la que forman parte dado que están atravesados por la misma sociedad, y a su vez, son miembros de ésta. Para superar estos obstáculos, hay que romper con las matrices de interpretación de la realidad y desaferrarse de las nociones fuertemente arraigadas.

En este aspecto, Thomas Kuhn (citado por N. Bernardo, entrevista personal, 1 de Diciembre de 2017) plantea que “quienes están posicionados en dos paradigmas distintos, ven dos mundos distintos”. Por lo tanto, desde un paradigma predeterminado resulta difícil comprender un punto de vista alternativo para interpretar el mundo que nos rodea. Incluso, algunos consideran imposible esa capacidad consensual interpretativa (Sánchez-Cerezo de la Fuente, 2003).

Al respecto, Rodrigo Aramendi (entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) explica que “*deconstruir* es estar incómodo con algo, y no que te digan con qué reemplazarlo, sino que te den herramientas para ver con qué lo reemplazás”. A su vez, aclara que “deconstruir es decir ‘olvidate lo que aprendiste hasta acá, al menos por un rato,

después volvés si querés” (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017). Precisamente, Josep Vicent Marqués (1982) lo resalta de esta forma: “Un poco de distancia respecto de su entorno no le vendría nada mal al lector o a la lectora” (p.18).

De esta manera, las y los comunicadores deberán afrontar la difícil tarea de comprender el campo comunicacional y su magnitud, junto con todos los actores sociales que interceden e interpelan. Se trata, entonces, de lograr entender al lenguaje y la comunicación como una forma de complejización del mundo.

No obstante, hay que ser cuidadosos al momento de abordar la disciplina comunicacional y no confundir el desarrollo del conocimiento con las distorsiones del efecto Dunning-Kruger, el postulado que demuestra un sesgo cognitivo producido por la inconsciencia sobre la propia incompetencia, es decir, una tendencia a sobrevalorar las habilidades o conocimientos de sí mismo. Contrariamente, en otras ocasiones existe un sesgo inverso dentro del mismo postulado, donde se vislumbra una infravaloración de las capacidades propias junto con una mala interpretación de las aptitudes de los demás (Gargantilla, 2019).

Tal como señala el docente Agustín Martinuzzi, “muchos conceptos del sentido común, del habla coloquial y la cotidianeidad, son conceptos trabajados en las ciencias sociales, pero que obviamente cuando pasan a la esfera del habla común y cotidiana, pierden mucha de su densidad compleja”. El objetivo es, entonces, no quitar complejidad a las nociones, pero a su vez permitir la comprensión de las mismas.

Para abarcar las distintas problematizaciones de las nociones del campo de la comunicación, comprendemos a ésta desde distintas categorías: pensamos la comunicación como oficio, ya que los individuos pueden ejercer la comunicación como profesión y medio de vida, ya sea en la esfera mediática, educacional, u otras. Entendemos también la comunicación como un derecho humano, que debe ser garantizado por los Estados a través de la libertad de expresión y la libertad de información. Además, incluimos a la comunicación como una disciplina de las ciencias sociales, porque no se puede pensar lo social por fuera de la comunicación.

El presente material educativo es un mapa de discusiones conceptuales claves del campo de la comunicación. Los términos fueron rigurosamente seleccionados mediante entrevistas y encuestas a docentes, alumnas y alumnos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP con el fin de facilitar la definición y comprensión de las nociones del ámbito académico y comunicacional.

Los conceptos recopilados son: hegemonía, discurso, política, medios de comunicación, derecho a la comunicación, cultura y poder. Si bien hay un grupo de términos que no poseen su propia entrada, tales como popular, signo, género, mediaciones e ideología, de igual modo aparecen definidos dentro de este ensayo. El camino hacia la comprensión de las diferentes nociones seleccionadas conduce indefectiblemente a la interconexión con los conceptos carentes de su propia entrada.

“Formarse siempre es liberador, educarse en el sentido no formal es muy liberador, leer libera, escuchar a alguien que piensa distinto, libera” (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017). La comunicación, como disciplina de las ciencias sociales, está basada en diferentes saberes. La naturaleza del conocimiento no se circunscribe sólo a la ciencia como generadora de nuevos conocimientos, por lo que el pensamiento científico no es el único que tiene legitimidad para expresarse sobre el saber humano.

El conocimiento no tradicional se puede interpretar a través del concepto de *Successful Intelligence* (Inteligencia Exitosa). Para la comprensión de esta acepción, hay que diferenciarla del sistema de medición de inteligencia tradicional. La inteligencia de un individuo suele calcularse científicamente a través del test de *Coficiente Intelectual* (CI) que evalúa habilidades cognitivas. Alternativamente, la *Successful Intelligence*<sup>1</sup> se mide por la capacidad de un sujeto para conseguir las metas propuestas. Ésta se dimensiona, entre otros métodos, por la capacidad analítica para juzgar, comparar, analizar y contrastar<sup>2</sup> (John, 2020). Utilizar dicha capacidad al momento de la lectura posibilitará la generación de diversas interpretaciones junto con distintas perspectivas y comparativas acerca de los diferentes saberes, a su vez que permitirá producir nuevos conocimientos.

De este modo, el material desarrollado está en constante diálogo con otros saberes. Este trabajo es una producción de diálogos de reconocimiento fáctico, es para los estudiantes universitarios y para los comunicadores; pero a su vez, es un material introductorio al campo de la comunicación como disciplina de las ciencias sociales.

“La construcción de un mapa colectivo es un relato subjetivo acerca de la realidad. Es ideológico, construye posicionamientos políticos, permite construir acuerdos, señala

---

<sup>1</sup> En este video se detalla a modo introductorio la investigación acerca de la inteligencia exitosa: <https://www.bbc.com/reel/video/p08c9zdw/the-signs-you-re-more-intelligent-than-you-think&sa=D&ust=1597858136719000&usq=AFQjCNFz2COLOsMHkrLOUvWytM8cTA2mkA>

<sup>2</sup> También mide la inteligencia creativa, necesaria para tener buenas ideas para resolver problemas. Asimismo, para saber si esas ideas son buenas ideas, se precisa de la inteligencia analítica. A su vez, evalúa la inteligencia práctica, para aplicar lo pensado y convencer al resto de las personas sobre esas ideas. Y por último observa la sabiduría, para asegurar que el logro de esa idea será para el bien común.

contradicciones e interpretaciones”. (F. Araneta, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017). El texto realiza un recorrido por la tradición teórica comunicacional de las décadas de los ‘70 y ‘80, y a su vez, confecciona una mirada crítica sobre la comunicación en América Latina. De igual modo, invita a repensar la dimensión lingüística y semiológica de los conceptos previamente nombrados. Cabe aclarar que se presenta un análisis epistemológico de las nociones, por lo que ciertas acepciones cuentan con su propio origen e historicidad.

Para comprender cada concepto necesariamente se debe leer el documento completo, ya que todos ellos se encuentran atravesados entre sí. No se pueden pensar aisladamente, estas nociones operan y funcionan conjuntamente en el campo de la comunicación.

En cierto modo, este trabajo representa los lentes con los que observo el mundo. “No vamos a hablar de los medios, vamos a discutir sobre la sociedad. Porque los medios nos sirven para discutir la sociedad, no discutimos los medios.” (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).). Por último, debemos recordar que toda palabra o expresión está caracterizada de acuerdo a su *contexto*.



## Hegemonía

Los griegos, mucho antes de que naciera Jesucristo, ya utilizaban el término *hegemonía* para definir la conducción o dirección de otros, y el hecho de gobernar a una sociedad (Huergo, s.f.).

Previo a la aparición del trabajo de Antonio Gramsci, el concepto de Hegemonía fluctuaba entre dos significados según Bobbio, Matteucci y Pasquino (citados por Huergo, s.f.): uno señalaba a la hegemonía como dominio, ejercida a través de la fuerza por el poderoso sobre quienes eran sus subordinados. En este caso, Jorge Huergo (s.f.) lo define como "la sumisión política en lugar del consenso cultural" (p.1). Asimismo, la otra corriente define la hegemonía como la capacidad de dirección intelectual, moral y cultural en la cual la clase dominante se legitima como tal a través del consenso (que bien podría tomarse como una *aprobación social*).

### ***La hegemonía en Gramsci***

Entre 1929 y 1935, el político y pensador Antonio Gramsci dejó el aporte más significativo sobre hegemonía en sus *Cuadernos de la cárcel*. Gramsci, pensador marxista italiano nacido en 1891, señala que una clase ejerce la hegemonía en cuanto articula y dirige a los grupos sociales aliados o neutrales.

Los intelectuales tienen una función en la "hegemonía" que el grupo dominante ejerce en toda la sociedad y en el "dominio" sobre ella que se encarna en el Estado, y esta función es precisamente "organizativa" o conectiva: los intelectuales tienen la función de organizar la hegemonía social de un grupo y su dominio estatal, esto es, el consenso dado por el prestigio de la función en el mundo productivo y el aparato de coerción para aquellos grupos que no "consientan" ni activa ni pasivamente, o para aquellos momentos de crisis de mando y de dirección en los que el consenso espontáneo sufre una crisis (Gramsci, 1981, p.188).

Gramsci (citado por Huergo, s.f.) piensa que las prácticas hegemónicas buscan el conformismo cultural en las masas: actitudes, comportamientos, valores, pensamientos que permiten a una clase ejercer su supremacía y articular los intereses y las culturas de otros grupos sociales. Al respecto, Gramsci (1971) señala que "el hombre activo, de masa, obra prácticamente, pero no tiene clara conciencia teórica de su obrar, que sin embargo es un

conocimiento del mundo en cuanto lo transforma" (p.16). No obstante, considera que dicha situación se puede transformar:

La comprensión crítica de sí mismos se produce, por tanto, a través de una lucha de *hegemonías políticas*, de direcciones contradictorias, primero en el campo de la ética, luego en el de la política, hasta llegar a una elaboración superior de la concepción propia de la realidad (Gramsci, 2005, p.373).

Este proceso, esencialmente cultural, logra que los grupos dominantes se transformen en dirigentes de la sociedad a través de la educación, los medios masivos de comunicación, internet, los partidos políticos, etc.

### ***Hegemonía y cultura: sociedad, orden, dominación y consenso***

Pensar la hegemonía como un proceso cultural nos lleva a buscar su presencia en el sentido común, en las actividades cotidianas, en los refranes, inclusive en las relaciones familiares: "Trabajá, que tenés que llevar la comida a tu casa", decía siempre mi abuela. Entonces, ¿sólo se trabaja para cubrir una necesidad tan básica como la alimentación?

Más allá de frases similares que otros pronuncian, lo que circula en esos enunciados son los discursos hegemónicos de las clases dominantes para sostener su posición. Además, se encuentra implícita la idea de que una persona que no trabaja, no come. Y si hay algún mérito extra, probablemente reciba algo más que ingresos para cubrir sus necesidades y pueda vacacionar, comprar un auto y hasta con mucho, muchísimo esfuerzo, podrá cumplir el sueño de tener su casa propia. No obstante, en ciertos casos será necesario un título universitario, ya que sin él posiblemente perciban un salario menor dentro del mercado laboral tradicional, a pesar de que la formación no reemplaza la experiencia.

Desde su aparición, la lógica capitalista siempre ha consistido en la búsqueda de maximizar ingresos al menor costo posible. Algunos pueden llamarlo eficiencia, otros explotación. Y en términos capitalistas, valga la redundancia, quien posee el capital es quien tiene el poder. De esta forma, los empresarios acumulan riquezas y perciben dividendos muy superiores a los ingresos que reciben sus empleados, pero de todas formas los asalariados trabajan por una paga mensual que no tiene correlación con los ingresos de la empresa.

El trabajador está atravesado por la *cultura del trabajo*, por la cual el empleado asume como propios los objetivos de la organización, aún cuando cumpla sus tareas sólo para comer y pagar el alquiler de su vivienda. Además, hay que tener en cuenta que trabajar en una oficina o comercio representa muchas veces más de la mitad del día incluyendo los tiempos de viajes.

### ***Interpelación y alienación***

Este tipo de conducta ligada a la experiencia laboral puede enmarcarse dentro de la noción de alienación. Ésta se origina a través del trabajo enajenado, donde se le quita al trabajador el valor generado en su producción y la única forma de terminar con dicha alienación es abolir el enajenamiento laboral (López Sáenz, 1988). Tanto para Karl Marx como para Herbert Marcuse (citados por López Sáenz, 1988), "la alienación significa pérdida de las dimensiones creadoras del hombre y, por consiguiente, pérdida de la libertad" (p.83).

Para Theodor Adorno (citado por Muñoz, s.f.), "la alienación es parte imprescindible de la socialización en una sociedad cuyo núcleo fundamental de organización es el mercado". Asimismo, considera que el hombre perdió el sentido y se transformó en un sujeto-consumidor (Muñoz, s.f.). En la misma línea, Marcuse y Marx (citados por López Saenz, 1988) coinciden en que el capitalismo, además de crear productos, crea sujetos consumidores para sus objetos. Consecuentemente, el hombre se convirtió en "objeto de su propio dominio" (Del Rey Morató, 2004). El sistema capitalista "adoctrina a los consumidores generando falsas necesidades y equiparando la satisfacción de éstas con la libertad" (López Sáenz, 1988, p.83).

Sumado a esto, Marcuse (citado por López Sáenz, 1988) define al hombre que pertenece a la sociedad tecnológica como un *hombre unidimensional* que tiene sus necesidades falseadas y su meta es el consumo. "El hombre unidimensional ha adquirido así la forma suprema de la alienación, consistente en una pérdida de la libertad que es considerada por él mismo como libertad" (López Sáenz, 1988, p.83). A su vez, afirma que "la sociedad tecnológica es un sistema de dominación que opera ya en el concepto y la construcción de técnicas" (Marcuse, 1993, p.26)

Adorno constata que ideas cargadas de impulsos de cambio, como liberación, emancipación y progreso, han conseguido precisamente lo contrario, a saber: la cosificación del hombre, su esclavización por parte de una doctrina dogmática, o por parte de una sofisticada tecnología. Y una de las

construcciones de esa sofisticada tecnología son los modernos medios de comunicación (Del Rey Morató, 2004, p.54).

En la teoría hipodérmica (*bullet theory*) hay una relación directa entre el mensaje y el receptor. Este postulado sostiene que "si una persona es alcanzada por la propaganda, puede ser controlada, manipulada, inducida a actuar" (Wolf, 1987, p.29). Según esta doctrina, el público no era consciente de los efectos de los medios de persuasión de masas. Estos medios se desarrollaron inicialmente en regímenes totalitarios o donde las masas de individuos "estaban representadas como atomizadas, alienadas, 'primitivas'". (Wolf, 1987, p.29).

Sumado a esto, Marcuse (citado por Muñoz, 2011) señala que los medios de comunicación de masas reemplazaron a los *grupos primarios* (familia, escuela y grupos de iguales) en relación al aprendizaje de la socialización de los sujetos unidimensionales, que resulta en una integración sistémica que afecta valores, comportamientos, modelos y pautas de conducta, produciendo así una sociedad alienante:

El debilitamiento de los vínculos tradicionales (de familia, de comunidad, de asociaciones profesionales, de religión, etc.) contribuye, por su parte, a debilitar el tejido conectivo de la sociedad y a preparar las condiciones para el aislamiento y la alienación de las masas (Wolf, 1987, p.24).

Habermas define como *grupos secundarios* a los mass-media que "integran y adaptan a los individuos a las imposiciones de las industrias culturales" (Muñoz, 2011, p.76). En este escenario, la percepción de estos sujetos queda sometida a las coerciones que "establecen los grupos de poder, de interés y de presión comunicativa y mediática" (Muñoz, 2011, p.76). Por consiguiente, los mensajes comunicativos conforman el *sentido común* de los ciudadanos consumidores-receptores. Las técnicas de dominación para la sociedad tecnológica se transformaron en *alienaciones ideológicas* que legitiman el poder, haciéndose cada vez más anónimas y abstractas (López Sáenz, 1988).

Raymond Williams (2000) define a la ideología como "un sistema de significados, valores y creencias relativamente formal y articulado, de un tipo que puede ser abstraído, como una concepción universal o como perspectiva de clase" (p.130). Cabe aclarar que el concepto de hegemonía sobrepasa al de ideología ya que opera en un grado superior, porque tiene en cuenta al proceso social vivido en su totalidad (Williams, 2000).

A diferencia de la alienación, la interpelación "es la operación a través de la cual la ideología constituye a los sujetos como tales y les brinda 'razones-de-sujeto para asumir las

funciones definidas [...] por la estructura" (Alquezar, 2019, p.4). No obstante, "para que una ideología funcione, cada individuo debe creer que es él o ella quien la adopta libremente" (Romero, s.f.), mecanismo que ocurre justamente mediante el proceso de interpelación.

De todos modos, para Althusser (citado por Romero, s.f.), las ideologías existen en la sociedad antes que los individuos las practiquen:

La ideología no tiene historia sino que es transhistórica: los individuos siempre han sido sujetos y no hay sujetos que no sean sujetos ideológicos. A través de la interpelación la ideología *recluta* sujetos entre los individuos sin dejar a nadie afuera: *los recluta a todos* (Alquezar, 2019, p.4).

En este sentido, Althusser (citado por Alquezar, 2019) afirma que "somos siempre sujetos y, como tales, practicamos sin interrupción los rituales del reconocimiento ideológico" (p.4), por lo que las ideologías están representadas y se materializan en aparatos ideológicos (Romero, s.f.). Según Althusser (citado por Bolla, 2015), cuando la interpelación permite al individuo asumir la función de sujeto ideológico, es decir, cuando un sujeto es interpelado por una ideología, consecuentemente éste realiza una acción concreta. Por ejemplo, se presenta en una manifestación, va a la iglesia los domingos o participa en las actividades sociales de un club barrial.

Para concluir, el modelo interpelativo o de interpelación considera que "no hay liberación sin racionalidad; pero no hay racionalidad crítica sin acoger la 'interpelación' del excluido, o sería sólo racionalidad de dominación, inadvertidamente" (Dussel, 1993, p.52).

### ***Hegemonía y política: dominación, comunicación, estado y poder***

Previo a la década del '80, el poder se pensaba en términos de dominación y la comunicación como "medio para dominar". Posteriormente, se empieza a pensar la dominación como comunicación (N. Bernardo, entrevista personal, 1 de Diciembre de 2017). Alberto Cirese (citado por Huergo, s.f.) considera que esto, en parte, puede ser explicado por el hecho de que lo popular está siempre en proceso de conformación y transformación, ya que las culturas populares sobreviven a través de ciertas maniobras y falseamientos a las estrategias hegemónicas para poder materializar sus modos de vivir y de pensar. Así, logran apropiarse y reorganizar lo que proviene de la cultura hegemónica.

Como ejemplo audiovisual de ello, la película *El Demoledor* (Kazanjian, Levy, Silver y Brambilla, 1993) presenta una sociedad hegemónica hiper civilizada que es

extremadamente respetuosa de las reglas de convivencia en un mundo futurista que transcurre en 2032, año no tan lejano para estos tiempos. La cultura popular aparece representada por la resistencia subterránea, el grupo social excluido que sobrevive en las alcantarillas utilizando mecanismos para subsistir ante el nuevo orden establecido y las reglas hegemónicas de este novedoso mundo. Por último, podemos resaltar que para materializar y sostener su modo de vida debajo de la ciudad, se alimentan, entre otras cosas, con hamburguesas de carne de ratas.

Para Raymond Williams, de la Escuela de Birmingham de Inglaterra (citado por Huergo, s.f.), la hegemonía es un entrelazamiento, cruce o articulación de fuerzas políticas, sociales y culturales diferentes que organizan la sociedad. De todos modos, hay que tener en cuenta que hay diferentes formas de luchas culturales, sociales y políticas que desarrollan una *hegemonía alternativa*. Ésta tiene un sentido revolucionario profundo y activo, pero es difícil reconocer las fuentes de este fenómeno.

Para Gramsci (citado por Cortés Ramírez, 2014), las luchas surgen del pueblo trabajador, que debe convertirse en una clase potencialmente hegemónica para enfrentar las presiones y los límites impuestos por la hegemonía existente. Según lo expresado, Gramsci promueve una *democracia obrera* y considera que el estado es tomado por la clase dominante para unificar su poder y ejercer la dominación sobre las clases populares.

Paralelamente, Ernesto Laclau (citado por Huergo, s.f.) afirma que "para que exista hegemonía debe existir una práctica de articulación". Con articulación hace referencia a que dos elementos (dos identidades, dos culturas) se relacionan y hacen su aporte para formar una nueva *situación cultural*. Lo importante aquí es señalar que ninguno de los dos elementos queda anulado ya que el proceso de articulación es *simbólico* y puede adquirir distintos significados y sentidos. En efecto, el proceso hegemónico no es solo social, sino también cultural.

Sumado a esto, Martín Barbero (citado por Huergo, s.f.) sostiene que la cultura es un espacio de hegemonía. La dominación se da cuando una clase se hace hegemónica, siempre y cuando logre representar los intereses de las clases populares y a su vez éstas se reconozcan dentro de ese proceso, se lo apropien y estén conformes.

De esta forma, Barbero (citado por Huergo, s.f.) puede afirmar que la dominación no se da desde una imposición exterior de lo social y de la cultura, sino que el proceso hegemónico se reconoce dentro de la cultura, es decir, que la dominación puede ser pensada como un proceso de comunicación.

## **Trabajo y meritocracia**

Retomando la concepción de la cultura del trabajo, analizamos la experiencia y el proceso de las y los jóvenes que deciden abandonar sus responsabilidades laborales y se dedican a viajar por el mundo, realizan actividades informales o dentro del ámbito turístico, como guías o recepcionistas de hostels o Bed & Breakfasts. Estas personas se instalan temporalmente en un lugar y luego continúan recorriendo diversos países y/o continentes.

En estos casos podemos afirmar que desde la perspectiva del orden social, generan una falsa percepción utópica de creer que burlan los parámetros hegemónicos laborales, pero definitivamente ésta actúa en un plano superior respecto de la posibilidad de elección. La necesidad de recibir dinero a cambio de la fuerza de trabajo es el orden hegemónico que predomina, más allá del modo y contexto en el cual se ejecute.

Cabe señalar que según Curran, Morley y Walkerdine (citados por Huergo, s.f.) la hegemonía es un proceso permanente y los significados que contrarían a los dominantes son agrupados por el discurso social hegemónico al otro lado de una *frontera imaginaria*, y son objeto de *pánico moral*.

El accionar de los jóvenes que deciden viajar por el mundo podría ser ubicado, por ejemplo, por la clase empresaria, en dichas categorías (aunque no solamente por esa clase, también por la abuela del primer ejemplo). El orden social, que se presenta a sí mismo como "el único posible", es el de ir a trabajar con horario fijo, con determinado código de vestimentas, con comportamientos y actitudes pulcras. No obstante, tras la pandemia de Covid-19 que afectó el planeta en 2020, el home office comenzó a ocupar un espacio importante en torno a este orden social, por lo que actualmente se encuentra en plena tensión y disputa.

Otro ejemplo de este proceso es el de sujetos que encarnan significados que se desvían de las equivalencias dominantes, como la comunidad homosexual en una sociedad heterosexual, conservadora y machista, que suelen ser discriminados y también son objeto de pánico moral.

Todos estos recortes, contextos y pequeños ejemplos evidencian claramente cómo la clase hegemónica no sólo sostiene su posición, sino que convence a sus dominados para continuar ejerciendo su poder.

Sobre la noción hegemónica de *cultura del trabajo*, debemos destacar que los sujetos que adhieren a ella en ocasiones celebran su evolución ideológica denominada *meritocracia*: "esfuérate y serás recompensado".

El concepto proviene del latín y significa 'debida recompensa'. Veamos el origen etimológico de *Meritocracia*: *Mereri* implica 'merecer/ganar', *cracia* proviene del griego *kratos* y significa 'poder', a su vez que el sufijo *ia* implica 'cualidad'. Desglosado de este modo, podríamos entenderlo como "la cualidad de merecer o ganar poder". Otra definición podría ser 'merecer o ganar poder por cualidad' (Significado de Meritocracia, 2017).

El término fue utilizado por primera vez en 1958 por Michael Young en su libro *The Rise of the Meritocracy* (El auge o surgimiento de la meritocracia) con una connotación negativa sobre la sociedad descrita. El autor narra un escenario donde el Estado selecciona a la clase social dominante en base a la siguiente fórmula (Barnés, 2016):

$$\text{Mérito} = \text{Coeficiente intelectual} + \text{Esfuerzo}$$

"El mérito es igual a la inteligencia más el esfuerzo, sus propietarios se identifican a una temprana edad y son seleccionados para una apropiada educación intensiva" (Barnés, 2016). Pero su desarrollo no concluye ahí. Con la misma lógica, las clases bajas son ocupadas por las personas con peores habilidades.

Podríamos continuar develando más detalles sobre esta ideología, pero lo que queremos remarcar es cómo el significante *meritocracia* puede contener dos significados totalmente subvertidos, opuestos. A pesar de la connotación peyorativa de Young, donde denuncia que los principales puestos son ocupados por sujetos pertenecientes a la clase social dominante, las opiniones desde el punto de vista neoliberal y capitalista son contrarias.

Para los militantes de estas corrientes de pensamientos, la meritocracia no permite la sucesión de cargos públicos ni privados, promueve un criterio de valorización de los empleados y "crea" una sociedad justa, ya que todo lo logrado es por el esfuerzo y la inteligencia, y no por otros motivos como la portación de apellido, la religión que profesa o la riqueza heredada, entre otros (Significado de Meritocracia, 2017).

Paralelamente, la meritocracia es criticada por ser funcional al capitalismo y a su perspectiva mercantilista. "El funcionamiento normal del mercado puede ahondar las inequidades hasta grados extremos" (Dubet, 2011, p.21). Los idealistas neoliberales más extremos consideran que el Estado debe ser lo más pequeño posible, debe garantizar que



los sujetos lleguen tan lejos como puedan, pero no le deben dar nada a nadie que no lo merezca.

Al respecto, el ex director del Centro Interamericano de Estudios de Seguridad Social Miguel Ángel Fernández Pastor (2020), en una nota publicada en *Página 12*, considera que "se acepta plácidamente la eterna crítica neoliberal de que nada se puede hacer socialmente porque es caro y 'afecta' la producción, falacia eterna de los dueños del capital".

Desde este punto, la meritocracia es definida como un dispositivo ideológico que realiza una representación de la realidad distorsionada y deformada por nuestro interés de clase, que no nos permite proyectar sobre nosotros mismos. La meritocracia es cuestionada ya que no contempla el lugar de largada en la carrera para obtener la posición deseada.

Por ejemplo, no es lo mismo pertenecer a la clase alta para alcanzar un título universitario, que ser parte de la clase baja. Dichas condiciones facilitarán la finalización de la carrera para el sujeto con un mejor posicionamiento económico, a su vez que la meritocracia castigará a quien no se reciba por no haber hecho el esfuerzo necesario, invisibilizando la posición y las dificultades económicas que tuvo y tiene que enfrentar. En conclusión, esta ideología reivindica a quienes ocupan lugares de privilegio (Barnés, 2016), por lo que en la meritocracia queda definida una disputa de poder basada en la diferenciación de clase.

### ***Igualdad de oportunidades vs. Igualdad de posiciones***

Si bien existe cierto consenso respecto de la promoción de la igualdad de oportunidades, es imposible que todos tengan las mismas posibilidades y las mismas condiciones, por lo que François Dubet ofrece el modelo de *igualdad de posiciones*. Este modelo de justicia propone reducir las inequidades, a la vez que busca asegurar las posiciones ocupadas por los menos favorecidos (los trabajadores) y una redistribución de la riqueza en la sociedad. Es un sistema antagónico y complementario: por un lado, busca reducir las desigualdades entre posiciones sociales, por el otro, produce una sociedad que asegura y fija posiciones dentro de las clases sociales, ya que no se orienta a reducir la brecha salarial sino que pretende proteger los salarios. En este punto, ese modelo es estrictamente conservador (Dubet, 2011).

Asimismo, esta disputa tiene un sentido político, ya que la lucha por la igualdad de posiciones es promovida por actores individuales y colectivos que transformaron la lucha de clases y los conflictos sociales en participación política. De hecho, "la igualdad de posiciones es un derecho derivado del trabajo" (Dubet, 2011, p.24) y presenta una disputa de poder basada en la diferenciación de clase.

Al respecto, Samuel Huntington (citado por Laclau & Mouffe, 1987), "en su informe a la *Trilateral Commission* de 1975, afirmaba que las luchas de los años sesenta en los Estados Unidos por una mayor igualdad y participación habían provocado una 'erupción democrática' que había tornado la sociedad 'ingobernable'" (p.273). En efecto, los neoconservadores consideraban que se llegó a un *precipicio igualitario* donde la idea de igualdad de oportunidades se transformó en igualdad de resultados (Laclau & Mouffe, 1987). Daniel Bell denomina a este proceso como un *nuevo igualitarismo* que "pone en peligro el verdadero ideal de la igualdad, cuyo objetivo no puede ser la igualdad de resultados sino una 'justa meritocracia'" (Laclau & Mouffe, 1987, 273).

Por último, cabe aclarar que si bien el esfuerzo y el mérito tienen un papel fundamental para alcanzar los distintos objetivos propuestos, no hay que desestimar el rol de la suerte en el éxito personal. El mero hecho de haber nacido en Argentina y no en Sudán del Sur, es una condición que determina un escenario menos hostil y con mayor riqueza para obtener los objetivos deseados (Banco Mundial, 2019; Barnés, 2016).

### ***Significados y símbolos, la frontera donde todo se vuelve difuso***

Según señala Huergo (s.f.), para Laclau la hegemonía es un efímero momento en el que se asocia un significante a un significado que siempre está en disputa. A un significante le corresponde un significado que no es fijo. Dentro de lo posible, hay cuestiones necesarias y contingentes. Hegemonía también es hacer necesario lo contingente: "algo que es pero que podría no ser, o que podría ser diferente". Además, es comprender lo particular como universal, dar la sensación de universalidad de un tema particular.

Por ejemplo, cuando ocurre un hecho delictivo en un barrio de Capital Federal, los medios masivos de comunicación muestran a la ciudad insegura, e incluso, al transmitir a todo el territorio de la República Argentina generan una conciencia de miedo en la sociedad a pesar de que tal acontecimiento fue aislado y particular. Para cuantificar en cifras, durante 2019 se registraron 100 homicidios dolosos en la ciudad de Buenos Aires, arrojando una

tasa de 3,26 homicidios cada 100.000 habitantes. Esta estadística la posiciona como una de las tres ciudades capitales de América con menos homicidios (Los homicidios disminuyeron (...), 2020).

La hegemonía también convierte el hecho particular de la caída de un avión en algo universal, tal como cuando el miedo a que se repita un siniestro de ese tipo invade a ciertos pasajeros que abordarán vuelos en días posteriores al reciente accidente. Pero si analizamos este fenómeno con datos concretos, según cifras del Banco Mundial, en 2017 hubo 35.842.803 despegues aéreos en todo el mundo (OACI, 2018), y en ese mismo año se registraron sólo 10 accidentes fatales (Ortega, 2008).

En una formación social se construye una formación hegemónica, que es una producción simbólica. A diferencia de la formación social que posee elementos variables, contingentes y procesuales, la formación hegemónica define fronteras, *límites fijos* que pretenden estabilidad. Para mantener su posición dominante como orden social, la formación hegemónica ubica a cualquier amenaza del otro lado de la *frontera simbólica*, en un lugar marginal (Huergo, s.f.).

Por ejemplo, las monedas virtuales como el Bitcoin, parecieran una amenaza al dinero FIAT (euro, dólar, etc.) como instrumento de pago o moneda de reserva, y a todo el sistema bancario que acarrea. En términos comunicacionales, el sistema financiero internacional, junto con los organismos que lo avalan, construyeron una formación hegemónica respecto de los modos de pagos, ahorros, préstamos, intereses, etc. Este orden social instaurado no desea perder su posición hegemónica en el campo económico y por ende ubica al Bitcoin (que aparece subvirtiendo el significado de moneda) como un capital no deseable, inestable, riesgoso, sin respaldo ni regulado a través de un Estado o política monetaria. Es decir, lo ubica más allá del límite fijo, en la frontera simbólica, para mantener su estabilidad.

Para analizar este ejemplo desde la perspectiva de Raymond Williams (2000), los bancos, sus plataformas digitales y el dinero electrónico son el "proceso cultural dominante", donde el efectivo (dinero en papel moneda) como método de pago y/o ahorro se ubica en "lo residual", aquello que ha sido parte del pasado pero que aún se halla en actividad. Asimismo, las monedas virtuales (como el Bitcoin) son una "formación cultural emergente" que representan nuevas prácticas, nuevas relaciones y resignificaciones que amenazan y plantean desafíos a la hegemonía del sistema bancario.

A modo de reseña, cabe aclarar que el Bitcoin cuenta con una especie de libro contable público pero anónimo (llamado cadena de bloques) donde todas las transacciones quedan registradas y descentralizadas en la red de ordenadores de la comunidad, por lo que si los gobiernos, bancos y empresas utilizan este sistema para manejar sus fondos, los hechos de corrupción quedarían registrados y expuestos públicamente. Además, otra de las ventajas es la descentralización del capital (Bancos Centrales de cada país), sumado a la eliminación de terceros (bancos) en los costos transaccionales entre pares.

## **Discurso**

El discurso, según Fairclough y Wodak (citados por Calsamiglia & Tusón, 2002), permite darle sentido a las cosas y nos permite vivir en sociedad, nos convierte en seres sociales y a través de él creamos la vida social. El discurso se configura a través de situaciones, instituciones y estructuras sociales y a su vez el evento discursivo le da forma a éstas.

La hegemonía sostiene al mundo social (humano, no natural) a través de la producción del *imaginario de orden*, que coincide con intereses de los sectores dominantes. El imaginario de orden está representado por una imagen de la sociedad como un sistema unificado, por una cultura compartida por consenso de valores, costumbres, comunicación y organización política (Horton, s.f.).

## **Significados y significantes**

El orden se manifiesta como algo natural, es contingente, variable y abierto, pero a su vez se presenta como "la única opción posible para la organización en sociedad". Al mismo tiempo, la elaboración de una serie de equivalencias discursivas le da un significado fijo a ciertos significantes, los cuales no pueden ni debieran ser subvertidos (alterados) para mantener el status quo de la sociedad (Huergo, s.f.).

Un ejemplo en este caso sería el significante *MUJER*:

*MUJER = MADRE = AMA DE CASA = ETC*

Además, podemos sumar estas otras ejemplificaciones de equivalencias discursivas:

CONTADOR = TRABAJADOR = OFICINISTA

ABOGADO = PROFESIONAL = UNIVERSITARIO = DOCTOR EN LEYES = LETRADO = TRABAJADOR

En consecuencia, entendemos que el discurso social construye equivalencias entre ciertos significantes y sus significados. Las equivalencias o significados se naturalizan social e históricamente. Asimismo, en algún momento el significante MUJER fue equivalente a TRABAJADORA INDUSTRIAL.

### **Género e identidad de género**

Un caso muy particular ocurre con la tribu nómada islámica Wodaabe, donde las mujeres son polígamas y tienen permitido tener más de un marido. Además, quienes están solteras pueden tener sexo cuando quieran y con quien quieran (Wodaabe, la tribu, 2015), a diferencia de las mujeres en países de Oriente Medio como Yemen o Pakistán (Filgueira, 2019).

En la comunidad Wodaabe, las mujeres son quienes tienen el poder, uno de los motivos para explicar su libertad sexual. Estos casos vislumbran diferencias con otros significados y, si se dan en sintonía temporal, subvierten el sentido de un estatuto. Por ejemplo: MUJER = MONÓGAMA / MUJER = POLÍGAMA / MUJER = TRAVESTI / MUJER = PROSTITUTA / MUJER = ¿LESBIANA?

El significado *lesbiana* dentro del significante *mujer* presenta cierta complejidad:

¿Las lesbianas no son mujeres? "Las lesbianas no son mujeres" (Wittig, 2006, p.9-10). Con esa afirmación concluyó su discurso la escritora Monique Wittig en la Modern Language Association (MLA) en el año 1978 en Nueva York. En 2020 no sorprende leer o escuchar acerca de cuestiones de identidad de género o visibilizar las mismas a través de redes sociales, portales web, canales de televisión o internet. Pero pronunciar esa frase al cierre de un discurso ante 8.500 personas presentes en la MLA (1978) de ese año fue, al menos, provocador para aquella época.



La periodista de Página12 y militante feminista Adriana Carrasco se pronunció en Twitter.

Cuarenta y un años después, la periodista parlamentaria y activista lésbica Amanda Alma (Sousa Dias, 2019), fue determinante respecto de esta disputa: "Ser lesbiana no es solamente una forma de amor entre nosotras sino una posición política, una renuncia a ese lugar dentro de la división sexual del trabajo. Si ser mujer es producir y cuidar para los varones, entonces no soy mujer".

Ser lesbiana no forma parte del discurso patriarcal:

Lesbiana es el único concepto que conozco que está más allá de las categorías de sexo (mujer y hombre), pues el sujeto designado (lesbiana) no es una mujer ni económicamente, ni políticamente, ni ideológicamente. Lo que constituye a una mujer es una relación social específica con un hombre, una relación que hemos llamado servidumbre, una relación que implica obligaciones personales y físicas y también económicas, trabajos domésticos, deberes conyugales, producción ilimitada de hijos, etc., una relación de la cual las lesbianas escapan cuando rechazan volverse o seguir siendo heterosexuales. (Wittig, 2006, p.9-10).

Por su parte, la autora Teresa de Lauretis (2014) ratifica la frase de Wittig y realiza un análisis semántico-conceptual: "Si las lesbianas no son mujeres, y aún así las lesbianas son, como yo, carne y sangre, seres que piensan y escriben, que viven en el mundo y con quienes interactúo cada día, entonces las lesbianas son sujetos sociales" (p.3).

Quien se autopercibe lesbiana, entonces, no se identifica ni define con el significado de mujer. En este caso, LESBIANA pasa a ser un significante cargado de significados que se subvierten y son contemporáneos:

*LESBIANA = MUJER* y su significación opuesta *LESBIANA = NO (es) MUJER*

Otros ejemplos pueden ser los siguientes:

En un país que, según estimaciones de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), se evade entre el 30% y 35% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) (Lamiral, 2020) y donde los contadores son condenados por ayudar a evitar tributos al fisco (Gilardo, 2010; "Detuvieron a tres contadores", 2017), también se subvierte el sentido:

*CONTADOR = PROFESIONAL EN FINANZAS CONTABLES / CONTADOR = AUDITOR*

≠

*CONTADOR = CORRUPTO / CONTADOR = ESTAFADOR / CONTADOR = INMORAL*

Algo similar ocurre con un abogado que se especializó en derecho penal, y defiende a acusados con causas penales como robos, asesinatos y/o violaciones. Aquí también se puede subvertir el sentido de su profesión:

*ABOGADO = FACULTADO EN LEYES / ABOGADO = DEFENSOR DE LA JUSTICIA*

≠

*ABOGADO = INMORAL / ABOGADO = IRRACIONAL / ABOGADO = ANTIÉTICO / ABOGADO = DEFENSOR DE CHORROS*

Al respecto, Laclau (citado por Martinuzzi, s.f.) comprende a la sociedad como una configuración discursiva, y todo lo que pasa dentro de ella tiene un significado. Como consecuencia, el discurso y el significado se articulan (comunican) por medio del lenguaje. De esta forma, podemos afirmar que la experiencia es configurada por el lenguaje, que la expresa y la interpreta.

### ***Lenguaje, objetos, signos y producción discursiva***

Tal como señala Gastón Cingolani (2011), "el lenguaje es una facultad mental cuya actividad permite inteligir el mundo a partir de signos, signos que se producen y se

comprenden en interacción con los signos de otros individuos que producen signos" (p.86). Así pues, se produce un intercambio social de sentido entre individuos. Por su parte, Charles Peirce (1974) define al signo de esta forma:

"Un signo, o *representamen*, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo más desarrollado. Este signo creado es lo que yo llamo el *interpretante* del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino sólo con referencia a una suerte de idea, que a veces he llamado fundamento del representamen" (p.22)

Stuart Hall (1980) entiende que el *objeto* al que refiere Pierce está compuesto por "el significado y los mensajes en la forma de vehículos de signos de una clase específica organizados, como cualquier forma de comunicación o lenguaje" (p.1) dentro de un discurso y dentro de las reglas del lenguaje. Sumado a esto, Roland Barthes (2003) señala que el lenguaje no se define por ser verdadero o falso sino que, como sistema de signos, su validez se determina por su coherencia. La literatura, por ejemplo, es un lenguaje, un sistema de signos que no se explica por su mensaje sino, justamente, por su sistema. Asimismo, cuando un hecho histórico queda sujeto al signo del discurso, se interpreta mediante complejas reglas que el lenguaje significa (Hall, 1980).

Por lo tanto, en todo proceso social de producción de signos (o *Semiosis*) existen tres momentos importantes: "un *código*, la *producción de significados* con base en dicho código, y un intérprete humano (real o posible) capaz de *reconocer* el signo producido, reproduciéndolo en forma de un signo equivalente (interpretante)" (Giménez, 2007, p.33).

Peirce (citado por Giménez, 2007) clasifica a los signos en *iconos*, *indicios* y *símbolos*. En resumen, un icono es un signo representando a un objeto con alguna propiedad que lo haga en cierto modo similar a dicho objeto (por ejemplo, una pintura); un indicio es un signo relacionado realmente con su objeto (como por ejemplo, los síntomas de una enfermedad, la sangre dentro del cuerpo); y los símbolos son "signos puramente convencionales" (Giménez, 2007, p.33).

En este aspecto, Eliseo Verón (2004) desarrolla una teoría para explicar el funcionamiento de los discursos sociales. La semiosis social "designa la red interdiscursiva de la producción social de sentido" (Verón, 2004). El estudio sobre la producción social de sentido busca definir los modos de generación, de recepción y de análisis discursivos para



explicar su circulación y comprender la influencia en la construcción social de lo real (La semiosis social según Eliseo Verón, 2014).

La producción/reconocimiento son los dos extremos del *sistema productivo de sentido*. Llevar a cabo el análisis de los discursos implica indagar sobre las condiciones de generación de un discurso para interiorizarse en la *gramática de producción* o en el tipo de discurso y sus efectos, para investigar una o varias *gramáticas de reconocimiento* (Canedo, 2013).

Una gramática de producción o de reconocimiento tiene la forma de un conjunto complejo de reglas que describen operaciones. Estas operaciones son las que permiten definir ya sea las restricciones de generación, ya sea los resultados (en otra producción discursiva) bajo la forma de una cierta lectura. En otras palabras, una gramática es siempre el modelo de un proceso de producción discursiva (Verón, 2004, p.41).

Una vez que se logra rastrear en la superficie textual alguna marca puesta en relación con algunas de estas condiciones, se convierte en *huella*. A partir de las huellas se reconstruyen la gramática de producción y las gramáticas de reconocimiento. Las diferencias entre la primera y las segundas se denomina *desfase*<sup>3</sup>. De este último proceso se desprenden las condiciones de circulación del discurso (Canedo, 2013).

"Un discurso no es nunca igual a sus condiciones de producción. A la vez, éstas nunca son idénticas a las condiciones de reconocimiento del primer discurso" (Castillo, s.f., p.8). El desfase existente entre ellas se conoce como circulación. Esta circulación ocurre debido a que los discursos son propios de una sociedad en cierto momento histórico.

### ***El desfase y la comprensión de memes***

Para poder explicar el proceso de desfase, utilizaremos una reconocida cuenta argentina de redes sociales llamada *Eameo*, que realiza posteos de humor vinculados a noticias de la actualidad o virales de la web. Desde sus inicios, lo innovador de sus publicaciones es que supieron crear imágenes retocadas digitalmente que buscan causar gracia y risas en sus seguidores. Generalmente, intentan hacer asociaciones con cierto ingenio sarcástico, irónico y exagerado para sus bromas.

---

<sup>3</sup> El término 'décalage' se tradujo al español en textos de Verón de dos formas: como *desfasaje* (La semiosis social 1) y como *desfase* (Fragmentos de un tejido, La semiosis social 2) (Olivera, 2018).

En cuanto al análisis teórico de su contenido, el desfase se visibiliza cuando se observa una publicación y se desconoce la noticia y soporte a la que está asociada. Por lo que, inicialmente, debemos rastrear una huella para reconstruir la gramática de producción y las gramáticas de reconocimiento con el fin de comprender cuál es el sentido. Sin estar informados sobre las últimas noticias, se dificulta su comprensión.



En este caso, la publicación se realiza tras la viralización y difusión de un video sobre el intendente de José C. Paz Mario Ishii, donde expresa tener conocimiento de la utilización de ambulancias de su municipio para la distribución y venta de drogas sintéticas como la cocaína. Eameo decide asociar esa noticia con la serie Breaking Bad, donde los protagonistas producen metanfetaminas ilegales en la casa rodante de la imagen, que transformaron en laboratorio de producción móvil. De ahí que, tras el proceso de edición digital, realizaron un ploteo en el vehículo donde los protagonistas de la serie fabrican drogas, como si fuese una ambulancia del municipio de José C. Paz. Sin la información acerca del video del intendente o sin conocer qué representa esa casa rodante en el desierto, sería imposible el reconocimiento del mensaje.

Otra ejemplificación de desfase es la comprensión de *memes* que circulan en las redes. El término meme fue utilizado por primera vez por el biólogo británico Richard Dawkins en 1976 y lo describió como una propagación cultural que "se replica, evoluciona y se transmite de persona a persona" (Mendiola, 2019).

Neneca (citada por Morello, 2020) lo define así: "El meme es construcción de sentido en su más pura expresión. Al compartir un meme estás construyendo sentido de lo que te rodea, del mundo. Hay cosas de las que ya no nos podemos reír". En las redes, un meme

se presenta como una imagen particular que generalmente incluye un bloque de texto. Éstos pueden representar una experiencia compartida con el espectador, transmitir un estado emocional o una idea más compleja (Mendiola, 2019; Zamudio, 2012).



En este meme, publicado también por Eameo, se lo ve al presidente argentino Alberto Fernández de la mano de su par ruso Vladimir Putin, mientras observa una chica con la remera de la Universidad de Oxford. Esta es una imagen viralizada muchas veces con distintas significaciones. En este caso, el meme simboliza que, si bien hay una buena relación diplomática entre el presidente argentino y el ruso, el gobierno nacional decidió producir la vacuna contra el virus pandémico Covid-19 desarrollada por la universidad inglesa, en vez de elegir la cura elaborada por Rusia. Nuevamente, sin contemplar toda la información brindada, se torna imposible la comprensión del mensaje.

A modo de reseña histórica, el meme sobre la decisión del presidente Alberto Fernández inicialmente formaba parte de un banco de imágenes para ser utilizado en artículos sobre infidelidad. Luego se viralizó en las redes como un meme con distintas bromas. Generalmente, el novio simboliza al propio espectador que observa la imagen, la mujer que pasa son los errores que el espectador comete y la novia son las buenas decisiones que no ha tomado (Sánchez Hidalgo, 2017). En otras ocasiones, se realiza una metáfora discursiva sobre el deseo, las tentaciones, las idealizaciones o la ideología.

Precisamente, "la ideología tiene una existencia material, sin la cual no tendría ningún efecto" (Romero, s.f.). Althusser (citado por Bolla, 2015) señala que el discurso ideológico produce el efecto del *sujeto-del-inconsciente*. "En palabras de Althusser: la interpelación como sujetos ideológicos de los individuos humanos produce en ellos un efecto específico, el efecto inconsciente, que permite a los individuos humanos asumir la función de sujetos ideológicos" (Bolla, 2015, p.10).

La noción de discurso para Verón (2004) designa no sólo lo asociado a la lingüística sino también a todo significativo cargado de sentido, como por ejemplo el cuerpo, la imagen, la vestimenta, etcétera. Asimismo, realiza una diferenciación entre *el análisis de los discursos* y *el análisis del discurso*. De esta forma, el autor se diferencia de quienes ubican al *discurso* en una posición semejante a la *lengua*, ignorando todo contexto, porque "lo que se produce, lo que circula y lo que engendra efectos en el seno de una sociedad constituyen siempre discursos" (Verón, 2004, p.48). Verón (2004) considera que los discursos atraviesan a la sociedad y viceversa, por lo que no es posible analizar al discurso aisladamente sin contexto.

Es importante señalar que *discurso* y *texto* no son sinónimos. Según Verón (2004), *texto* equivale a un conjunto de significantes, es decir, a los elementos por los cuales se logra abordar un análisis, mientras que "*el análisis discursivo* implica ya cierto número de postulados que hacen que el texto no se aborde de cualquier modo" (Verón, 2004, p.48)



### **¿La comunicación es un enigma?**

Precisamente, el desfase es el término que se utiliza para indicar que no hay correlación entre lo que el emisor dice y lo que el receptor recibe (entrevista personal a Ulises Cremonte, diciembre de 2017).

“Por más que algunos ponen un empeño sostenido en tratar de establecer una relación directa y una cuestión causalista, las decisiones que toma un receptor o un consumidor a la hora de elegir un programa, de responder ante una publicidad o un discurso político son, básicamente, un enigma. Es ese enigma que es el ‘receptor’” (U. Cremonte, entrevista personal, 27 de Noviembre de 2017).

Por su parte, Federico Araneta (entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) plantea su posición respecto al proceso comunicativo:

Si me decís que comunicación es ‘emisor-mensaje-receptor’, cuando se visualiza un territorio vas a observar eso, pero es difícil transformar la realidad si sólo miramos eso. Si comunicación es ‘transmisión de información’ y vos ves eso, ¿sirve la comunicación para solucionar problemas y además construir estrategias de transformación?

En este aspecto, Stuart Hall señala que el modelo *emisor-mensaje-receptor* es criticado por su concepción lineal y por la falta de comprensión del proceso comunicacional como una estructura compleja de relaciones. Alternativamente, la comunicación puede entenderse como una articulación de prácticas conectadas pero distintivas: *Producción, Circulación, Distribución/Consumo y Reproducción* del mensaje (Hall, 1980). Esta estructura es “homóloga a la que forma el esqueleto de la producción material ofrecida en los Manuscritos y El Capital de Marx” (Hall, 1980, p.1).

En definitiva, podemos comprender al modelo propuesto por Hall (1980) como “una estructura compleja dominante” (p.129) y no como un proceso instrumental, ya que la comunicación es un proceso humano complejo influenciado por innumerables situaciones del entorno (F. Araneta, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).

Dentro del campo multimedial, la *cultura visual* se centra en “lo visual como un lugar en el que se crean y discuten los significados” (Mirzoeff, 1999, p.24). Tras la aparición de esta noción, Mitchell (citado por Mirzoeff, 1999) desarrolla la *teoría de la imagen*, donde sostiene que la ciencia y la filosofía del mundo occidental adquirieron una visión del mundo más gráfica y menos textual:

Los elementos que forman parte de la condición de espectador (la mirada, la mirada fija, el vistazo, las prácticas de observación, la vigilancia y el placer visual) pueden ser un problema tan profundo como las diversas formas de lectura (el acto de descifrar, la decodificación, la interpretación, etc.) y esta



*experiencia visual o alfabetismo visual* no se puede explicar por completo mediante el modelo textual. (p. 24-25)

## **Los orígenes de lo humano en el lenguaje y el discurso**

El lenguaje como capacidad humana sólo se desarrolla al vivir en sociedad. Marcos Rodríguez Pantoja es un hombre que a los 7 años, debido a las adversidades de la vida, se crió entre lobos y otros animales salvajes. En sus reportajes cuenta que su forma de comunicarse era a través de ladridos y aullidos y que había perdido el uso del lenguaje hasta que se reinsertó en la vida en sociedad (Kike, 2014; "La increíble historia," 2018; Vigo, 2018).

Este ejemplo es un caso manifiesto en el cual el "complejo sistema de comunicación y de representación del mundo que es el lenguaje" (Calsamiglia & Tusón, 2002, p.27), al desempeñar sus funciones discursivas, puede considerarse como uno de los puntos originarios de la existencia de lo humano, social y cognitivo, utilizado en formas fónicas (orales, de pronunciación de la voz), gráficas (escritas), morfosintácticas (con cierto orden y sentido) y léxicas (palabras) (Calsamiglia & Tusón, 2002).

Cabe distinguir además, que el discurso se articula con el lenguaje, se materializa en el modo oral o escrito y se regula por una serie de normas, reglas textuales y socioculturales. De esta forma, las personas desarrollan piezas discursivas (oraciones, frases, palabras) contextualizando cada situación. (Calsamiglia & Tusón, 2002).

Es importante tener en cuenta que los seres humanos, como usuarios de las lenguas, formamos parte de la red de relaciones de poder y de solidaridad, de dominación y de resistencia que configuran las estructuras sociales en constante tensión entre igualdad y desigualdad, identidad y diferencia (Calsamiglia & Tusón, 2002).

Los ecosistemas de la vida social, públicos y privados, generan prácticas discursivas que a su vez hacen posible que existan estos ámbitos. El discurso y el lenguaje, junto con lo social y lo humano, son cuatro categorías que no pueden existir ante la falta de alguno de ellos.

Desde la perspectiva lingüística, se focaliza y se pone real atención al uso de la palabra. Pensemos en un ámbito de la vida social que pueda existir sin el uso de la palabra. Difícilmente se puedan dar espacios de comunicación sin ella. Las relaciones laborales, el

chat, una red social, la televisión, la radio, el comercio. ¿Cómo funcionan sin la conversación un libro, el guión, un locutor, la entrevista, las transacciones, el teclado?

De esta manera, podemos afirmar que, para definir "discurso" desde la lingüística, hay que analizar las relaciones sociales, las identidades y los conflictos. La conversación se desarrolla desde los inicios de la humanidad (o lo humano) y con el paso del tiempo deja *huellas de dialogicidad* en todas las manifestaciones discursivas. Con dialogicidad, nos referimos a la presencia atemporal dentro del lenguaje que, a pesar del paso de los siglos y cambios en las formas de comunicarnos, se puede identificar y sigue vigente (Calsamiglia & Tusón, 2002).

Por ejemplo, hay palabras, conjugaciones verbales y expresiones en las cartas enviadas por los colonizadores de América a los reyes españoles en el Siglo XVII, que aún hoy utilizamos en las lenguas hispanoamericanas a pesar de que las cartas están en desuso y el mail y las aplicaciones de mensajería instantánea como *Whatsapp* o *Telegram* están en su apogeo.

### **Contexto y discurso en los eventos comunicativos**

La lengua, elemento primordial, vive en el discurso y a través de él, a su vez que éste nos transforma y caracteriza como seres sociales. Es de suma importancia tener en cuenta que el análisis del discurso estudia datos empíricos, y que el uso del lenguaje se da en un contexto del cual forma parte y a su vez lo crea: es imposible analizar un discurso sin contexto. Por ejemplo:

Un joven heterosexual pronuncia la siguiente frase a una chica:

- "¿Me puedo sentar?"

Si está en un transporte público, simplemente le podría estar consultando a la pasajera sobre la utilización del asiento.

Si se encuentra en un bar donde las mesas no son compartidas, posiblemente la intencionalidad será la de dialogar para conocer y/o seducir a esa persona.

Este ejemplo sirve para comprender que todo enunciado va a depender del contexto.

Para analizar el discurso, cabe determinar los siguientes elementos dentro del mismo: *enunciado*, como el producto concreto y tangible de un *proceso de enunciación* realizado por un *enunciador* y destinado a un *enunciatario* (Calsamiglia & Tusón, 2002).

Un ejemplo simple para recordar los elementos es el de un spot publicitario televisivo donde una marca (enunciador) ofrece su jabón en polvo y los televidentes y posibles consumidores (enunciatarios) visualizan y posiblemente comprenden o no el jabón que quita todas las manchas (enunciado). Finalmente, el fenómeno completo (la pieza completa, imagen, actores, guión, historia, locución, medio en que se reproduce, visualización del spot, entre otros) conforma el proceso de enunciación (Calsamiglia & Tusón, 2002).

La significación de un discurso está determinada por el sentido del texto y su contexto social. Todo texto es un hecho comunicativo en el que intervienen un conjunto de elementos que se conoce como el modelo *SPEAKING* de Hymes (citado por Calsamiglia & Tusón, 2002), "haciendo alusión al acróstico en inglés: *Situation, Participants, Ends, Act sequences, Key, Instrumentalities, Norm* y *Genre* (situación, participantes, finalidades, secuencia de actos, clave, instrumentos, normas y género)" (Calsamiglia & Tusón, 2002, p.18).

Para el evento comunicativo es imprescindible el uso de la palabra y se suele asociar a un tiempo y espacio apropiado. Los participantes se comunican desde unos estatus y papeles característicos, usan instrumentos verbales y no verbales, actúan en el tono o clave apropiados para los fines pretendidos y respetan ciertas normas de interacción (turno de diálogo) y de interpretación (para darle sentido a lo dicho) (Calsamiglia & Tusón, 2002). Estas prácticas sociales se constituyen en géneros que los hablantes identifican de acuerdo a las pautas y convenciones. Algunos ejemplos podrían ser: un tutorial de youtube, una entrevista radial, un coloquio universitario, una clase educativa o una conferencia televisiva.

Por otra parte, la teoría del *principio de cooperación* de Herbert Paul Grice (citado por Calsamiglia & Tusón, 2002) señala que hay enunciados donde lo que se quiere comunicar, no está dicho. Por ejemplo, cuando alguien grita "Dale Boca", también informa que es simpatizante de ese equipo, que considera a River Plate como su acérrimo rival, que quiere que gane, etc. Asimismo, la acción de no pronunciarse en determinadas circunstancias, comunica. Situaciones cotidianas en las que no emitimos mensaje alguno y que se pueden definir como "todo lo que digo cuando no digo nada".

Para finalizar, podemos afirmar que el lenguaje humano articula factores socioculturales y cognitivos que constituyen la realidad discursiva.



## **Política**

### ***La política y lo político***

Para poder definir Política, inicialmente hay que separar *la política* de *lo político* (Mouffe, 2007). La distinción refiere a la política como un concepto óntico del campo de las ciencias políticas asociado a las prácticas convencionales de la política partidaria y democrática. Lo político pertenece al ámbito de la filosofía y al mundo de lo social. Refiere a lo ontológico: al ser individual y sus decisiones personales, implica todo aquello que conforma a las sociedades humanas.

La política hace referencia a lo institucional. Abarca todas las prácticas específicas vinculadas con el estado, los partidos políticos, las elecciones, el derecho, entre otras instituciones que organizan a la sociedad para resolver los conflictos que surgen en lo político, es decir, para imponer el orden sobre los sujetos y sus vínculos sociales.

Por ejemplo, un piquete es un fenómeno social, cargado de contrariedades, donde quienes cortan la calle reclaman un derecho a adquirir, mientras que quienes circulan con sus autos desean continuar hacia su destino. Este fenómeno se inscribe dentro de "lo político" porque no intervienen instituciones y se presentan dos grupos antagónicos en la escena. Un ejemplo de la política, es el tratamiento en el Congreso Nacional por la aprobación de una ley con protocolo *antipiquete*.

### ***Diferenciación entre política y técnica***

En el debate legislativo de diputados y senadores se presenta otra diferenciación conceptual: el antagonismo entre *política* y *técnica*. La decisión parlamentaria puede ser técnica o política. La técnica tiene una vocación práctica basada en la ciencia, que resuelve el proceso decisorio a partir de la racionalidad, la información empírica y objetiva; eliminando la responsabilidad política de los actores (Botto, 2007). Según Héctor Schmucler (2019), el técnico es aquel que sabe lo que otros no y es en quien se delegan determinadas tareas o acciones. En contraparte, la decisión política involucra una perspectiva ideológica junto con sus prenociones. Estas condiciones ubican a dichos conceptos como opuestos.

“La política como técnica confirma la idea de que la existencia de los hombres reales es una suma de elementos fragmentarios” (Schmucler, 2019, p.79). Esta es una concepción burguesa de la política, una perspectiva propia del capitalismo con su percepción del mundo, por lo que tiene una connotación completamente ideológica. Desnaturalizar lo que aparece como necesario es una forma de demostrar que lo que se presenta como un debate técnico, tiene un objetivo político.

Desde una perspectiva instrumental, cuando se señalan a los medios masivos de comunicación como necesarios, se hace desde un argumento técnico pero en realidad es una definición política. Tal como afirma Barbero (2004), los medios masivos de comunicación dejaron de ser “meros transmisores de información o de doctrina y consignas”, para actuar en la política como fiscalizadores del gobierno y de la corrupción en las instituciones del Estado, aunque ello sirva para disfrazar otras intenciones o intereses, como la de apoyar a diversos candidatos independientes o cívicos (Barbero, 2004). Sumado a esto, los medios “están pasando de meros intermediarios de las formaciones políticas con la sociedad a mediadores en la constitución del sentido mismo del discurso y de la acción política” (Barbero, 2004).

Por último, podemos indicar que los desarrollos técnicos o tecnológicos no están desvinculados de la política. En Argentina, por ejemplo, se produce comida para alimentar a 440 millones de personas, aproximadamente 10 veces más que su población (Pardo, 2018). Sin embargo, el 40,9% de las personas están por debajo de la línea de pobreza, y el 10,5% de ellos se encuentran en situación de indigencia (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2020). A su vez, entre el 3% y 4% sufren déficit alimentario (Pardo, 2018). Estos datos demuestran que el problema no radica en la escasez de comida o en la falta de producción de alimentos, sino que está asociado a la falta de ingresos, a la distribución desigual de la riqueza y a la ausencia de intervención y asistencia estatal (Pardo, 2018). Por lo tanto, lo que pareciera ser un problema técnico o del área técnica, se encuentra englobado en la esfera política.

En estos casos, hay una búsqueda de disolución de lo político, de las expresiones sociales sobre una realidad conflictiva. Se trata de “dejar sin sentido las contradicciones por considerarlas no como expresiones de conflictos, sino como residuos de ambigüedad” (Barbero, 1987, p.224). Desde el ámbito técnico, se busca una disolución tecnocrática de lo político y de la realidad política:

Si los problemas sociales son transformados en problemas técnicos, habría una y sólo una solución. En lugar de una decisión política entre distintos

objetivos sociales posibles, se trataría de una solución tecno-científica acerca de los medios correctos para lograr una finalidad prefijada. Para ello es posible prescindir del debate público; no cabe someter un hecho técnico o una verdad científica a votación. El ciudadano termina reemplazado por el experto. (Barbero, 1987, p. 224).

### ***La dimensión política en el campo comunicacional***

Dentro del campo de la comunicación, Rodrigo Aramendi (entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) señala que "hay una dimensión política de la cuestión comunicacional que no puede pensarse sin un sentido político", y agrega que "la comunicación es política, construye cercanías y diferencias, construye articulación con el otro". Asimismo, propone pensar la comunicación como una intervención política, donde los sujetos construyen un posicionamiento político desde su proceso como comunicadores y con una responsabilidad política (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017). Para concluir, manifiesta que los seres humanos hacemos política y que hay que pensar la política en el hacer cotidiano, deconstruir la idea de que la política forma parte únicamente de los políticos partidarios que ofician de representantes en elecciones democráticas (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).

### ***Democracia: el rol de lo político***

Mouffe (2007) define lo político como "la dimensión de antagonismo constitutiva de las sociedades humanas" (p.16), y entiende a la política como "el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, organizando la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político" (p.16). Lo personal es político, las decisiones individuales están atravesadas por lo político. Precisamente, Omar Rincón (citado por F. Araneta, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) señala que detrás de la decisión de participar de un proceso hay una relación pulsional, un sentido político que se construye: "Nadie participa si no es inevitable: si sentís que no podés no ir, vas a ir" (F. Araneta, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).

El aborto, que en 2020 en Argentina aún no es legal, se transformó en un debate social entre quienes están a favor y en contra de que se legisle y regule. El aborto se practica en clínicas clandestinas, donde las mujeres sin recursos se someten al

procedimiento en condiciones muy precarias y quienes tienen la posibilidad de abonarlo, lo hacen en centros de alta complejidad. Esta distinción (o desigualdad) pertenece a lo político. El tratamiento del aborto en el Congreso de la Nación, la deliberación de las posiciones de diputados, senadores, instituciones religiosas, asociaciones y fundaciones médicas, pertenece al campo de la política.

Para Chantal Mouffe (2007), discutir *lo político* pone en juego el futuro de la democracia, es decir, a la organización y utilización del poder. De esta manera, cuando se discute lo político, indefectiblemente incluye a *la política*, porque se pone en debate las reglas del juego y no solamente quién lo gana. Se podría ubicar a lo político en un plano superior, una instancia *meta-política*, en relación a la política propiamente dicha.

Previamente, en 1976, Carl Schmitt planteó que "lo político (en la crítica contemporánea más relevante del concepto) puede entenderse sólo en el contexto de la agrupación amigo/enemigo" (citado por Mouffe, 2007, p.18). Así pues, todo consenso se basa en actos de exclusión y ello demuestra la imposibilidad de un consenso racional totalmente inclusivo.

Mouffe (2007) utiliza estas afirmaciones para confrontar con los *supuestos o mandamientos liberales* y responsabiliza a la intervención del liberalismo como causa de los conflictos en el campo de las ciencias humanas y la política.

Para ella, el liberalismo no reconoce identidades colectivas, sino que tiene un enfoque racionalista e individualista, lo que le impide comprender lo pluralista del mundo social. Esa negación aplica también para lo político en su dimensión antagónica (donde hay oposición o incompatibilidad de ideas), y de esa forma puede sostener su perspectiva de mundo individual, particular y no conflictivo.

Por su parte, el liberalismo considera que puede haber un punto universal de acuerdo, un consenso unánime basado en la razón. Esta omisión es constitutiva, porque el antagonismo revela el límite de consenso racional al respecto. En palabras de Mouffe (2007), "lo político no puede ser comprendido por el racionalismo liberal, por la sencilla razón de que todo racionalismo consistente necesita negar la irreductibilidad del antagonismo. Por lo que el liberalismo debe negar el antagonismo" (p.18-19).

## **Paradigmas liberales**

Para continuar indagando en las nociones de la política y lo político, antes debemos profundizar sobre la corriente liberal y sus dos principales paradigmas:

-El "agregativo" se basa en la idea de mercado, donde los individuos actúan de acuerdo a sus intereses personales de manera racional pero dentro del campo de la política.

-El "deliberativo" apareció en respuesta al modelo anterior y se enfoca en agregarle moral a la política, para dejar de lado la perspectiva económica o de negocio. En este último, sus defensores creen que se puede llegar a un consenso moral y racional dentro del campo de la política (Mouffe, 2007).

Jürgen Habermas (citado por Mouffe, 2007), uno de los principales referentes que está a favor del modelo deliberativo, afirma que aquellos que no creen en este paradigma y consideran que siempre habrá conflictos en la política, son quienes no están de acuerdo con la democracia. Por su parte, Chantal Mouffe (2007) considera que para constituir una democracia moderna, hay que reconocer el pluralismo en la distinción *nosotros/ellos*.

Sin embargo, para Schmitt (citado por Mouffe, 2007) no hay lugar para el pluralismo en una comunidad político democrática, sólo el pluralismo de estados es posible en este mundo. Una de las ideas fundamentales de Schmitt es su tesis (a la que hicimos referencia anteriormente) sobre identidades políticas, que consisten en el tipo de relación *nosotros/ellos, amigo/enemigo*. Lo importante es aquello que se desprende de esto: para que se cree una identidad, es pre-condición que haya una diferencia para su existencia, la percepción de otro que constituya la exterioridad.

### **¿Para que haya democracia, tiene que haber acuerdo o desacuerdo? ¿diálogo o conflicto?**

Mouffe interpela la posibilidad de que si hay democracia, hay total consenso. Existe una idea común que señala que cuanto más consenso hay, más democrática resulta una sociedad. Sin embargo, Mouffe (2007) pone en duda esta afirmación y señala que una sociedad es más democrática en la medida en que es posible para los distintos actores expresar sus reclamos, demandas y exponer sus diferencias. Es decir que el conflicto no es lo contrario a la democracia, sino su condición de posibilidad.

Dicho esto, la creación del *nosotros*, existe si y sólo si un *ellos* lo percibe, con lo cual las identidades colectivas son relacionales y no puede existir una sin otra. Estas relaciones pueden ser o no antagónicas, pero cuando una parte amenaza la existencia de la otra, hay una incompatibilidad que promueve la rivalidad.

Mouffe (2007) afirma que el *ellos* representa la condición del *nosotros*, "su exterioridad constitutiva" (p.25) y agrega que "la constitución de un *nosotros* específico depende siempre del tipo de *ellos* del cual se diferencia" (p.25). Para la formación de las identidades colectivas es excluyente la distinción *nosotros/ellos*, por ende no es factible la eliminación del antagonismo dentro de la sociedad: es falso, utópico e imposible. De todas formas, no es incompatible la presencia del antagonismo y la aparición de un pluralismo democrático.

Otra postura es la de Schmitt (citado por Mouffe, 2007), que sostiene que hay una contradicción natural de la democracia liberal, reconociendo lo político pero excluyendo la característica pluralista. Paralelamente, los liberales creen que eliminando el modelo confrontativo se fortalece la democracia, con una visión completamente antipolítica.

Hay diferentes tipos de relación *nosotros/ellos*, que dependen del modo en que es construido el *ellos*. A continuación analizaremos la relación de lo político con nociones como hegemonía, lo social y el poder: "Toda sociedad es el producto de una serie de prácticas que intentan establecer orden en un contexto de contingencia" (Mouffe, 2007, p.24).

Si ya has leído la conceptualización de hegemonía, entenderás que sobre eso se pronuncia: si *lo político* comprende la formación de *lo social*, es imposible diferenciar ambos conceptos. Además, la frontera de ambos conceptos es inestable y está en constante renegociación. Por último, el *poder* es constitutivo de *lo social* porque lo social no podría existir sin las relaciones de poder mediante las cuales se le da forma.

En conclusión, todo orden es político y está basado en normas de exclusión, por lo que las prácticas que establecen un determinado orden son hegemónicas. Cabe agregar que todo orden hegemónico está expuesto a ser desarticulado por otro orden contrahegemónico para instalarse con sus propias formas.

### **Agonismo: un espacio de conflicto y antagonismo**

Para profundizar sobre la dimensión antagónica del conflicto, Mouffe (2007) introduce el concepto de *agonismo*, que según explica "constituye un espacio de conflicto y antagonismo" (p.27). Mouffe (2007) propone este término como alternativa al antagonismo. El agonismo ubica la relación "nosotros/ellos" en donde las partes en conflicto reconocen que no hay una solución racional, pero a su vez aceptan la legitimidad de sus oponentes. De esta forma, se confirma la propia percepción de pertenecer a la misma asociación política que comparte un espacio simbólico común donde tiene lugar el conflicto. Así, Mouffe (2007) señala que "la tarea de la democracia es transformar el antagonismo en agonismo"(p.27).

Toda diferencia es política, pero hay antagonismos que posibilitan el agonismo o diálogo entre las partes. Sin embargo, el interlocutor determina si existe o no esa posibilidad. Un ejemplo de ello ocurre cuando una persona promueve el asesinato de todos los sujetos pertenecientes a un grupo étnico al pronunciar la siguiente frase: "Hay que matar a todos los negros". En ese caso, el receptor puede rechazar los dichos y solicitar al emisor que se retracte de tal declaración, por lo que no hay lugar para un agonismo en esta relación antagónica nosotros/ellos.

Asimismo, que no sea explícito un antagonismo no quiere decir que haya un acuerdo, sino que la falta de expresión demuestra la victoria naturalizada de una de las partes. En ocasiones, hay sujetos que no están dispuestos a argumentar las posiciones que defienden.

El modelo adversarial (de adversarios) es constitutivo de la democracia, porque permite a la política democrática transformar el antagonismo en agonismo. Asimismo, hay menos chances de que surjan conflictos antagónicos si existen espacios políticos agonistas para los que están en disenso. Caso contrario, las voces opositoras tienden a adoptar formas violentas.

Para concluir, Mouffe aclara respecto del modelo adversarial que con el agonismo, el antagonismo es sublimado, no eliminado. "Para los liberales, un adversario es un simple competidor" (Mouffe, 2007, p.28) que en el campo de la política busca ocupar posiciones de poder entre elites, pero no cuestionan la hegemonía dominante.

En la lucha agonista está en juego la configuración misma de las relaciones de poder que estructuran a una sociedad: hay una lucha constante entre proyectos hegemónicos

opuestos que no tienen un punto de acuerdo racional. La dimensión antagónica es real y está presente, pero tal confrontación se da dentro de ciertas condiciones y parámetros democráticos aceptados por los adversarios (Mouffe, 2007).

Contrariamente a los diversos modelos liberales, el enfoque agonista reconoce que el espacio de las intervenciones hegemónicas no es neutral y que es el resultado de prácticas hegemónicas previas (Mouffe, 2007). "Es por eso que niega la posibilidad de una política democrática no adversarial, y critica a aquellos que (por ignorar la dimensión de lo político) reducen la política a un conjunto de pasos supuestamente técnicos y de procedimientos neutrales" (Mouffe, 2007, p.40).

## **Medios de Comunicación**

"El ser humano es un sujeto mediatizado que construye con otro, y si construye con otro, tiene que haber un medio de comunicación" (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017). Visibilizar los medios de comunicación desde una perspectiva más amplia que no solo abarque los medios audiovisuales, nos permite hacernos la siguiente pregunta: ¿Los medios de comunicación existentes tienen la capacidad de dominar el mundo?

La escuela y la familia, por ejemplo, son medios de comunicación. De la misma manera, internet, las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea entran en dicha categorización, ya que no se puede pensar a un sujeto por fuera del ciberespacio. Nuestra cultura es una cultura mediática, mediatizada y posmoderna (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).

Aramendi (entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) afirma que los medios no determinan el mundo, sino que los medios, en toda su amplitud, *son* el mundo en el que vivimos, porque habitamos un mundo de medios, de mediaciones de la comunicación. De todos modos, esto no indica que no analizamos y procesamos lo que *dicen* los medios de comunicación, pero sí, que pensamos a partir de lo que los medios nos permiten pensar.

## ***El sentido común***

Para profundizar sobre los medios de comunicación, previamente hay que indagar acerca de la construcción de sentidos. Sin ahondar demasiado, podemos decir que (casi) nada de lo humano es natural y tampoco los sentidos impuestos, que son una construcción



social histórica. Muchas veces utilizamos la expresión "es de sentido común" para referirnos a lo que la mayoría hace o haría, a lo que está bien o está mal, como un modo de confirmar (o apoyar su aseveración en un colectivo tácito y obtener consenso) que una afirmación es racional, predecible, sensata, lógica, necesaria o verdadera (Saintout, 2013).

El sentido común es sostenido por relaciones históricas de poder. A partir de la década de 1830, en Estados Unidos se promulgaron unas leyes denominadas los *Códigos Negros* (Montagut, 2017). Tras la abolición de la esclavitud en el país del norte, este paquete de normas establecía limitaciones a los derechos ciudadanos de la población de etnia negra. Esta legislación impedía entre otras cosas, el derecho al sufragio, limitaba el uso del transporte público e incluso había baños exclusivos para *blancos* y otros para *negros* (Gigliotti & Melfi, 2016).

Si bien estas medidas parecen antiquísimas, recién a principios del Siglo XX la corte estadounidense comenzó a fallar a favor de los derechos de los ciudadanos con ascendencia afroamericana. Más tarde, en la década de 1960, se derogan todas las leyes estatales en contra de la segregación racial ("Por qué usted," 2019; Montagut, 2017).

Sin embargo, la directora Ava DuVernay (2016) pone en duda la eliminación de la esclavitud estadounidense y considera que sigue vigente. En el documental Enmienda XIII (DuVernay, 2016) denuncia que ésta se perpetúa a través de un proceso de criminalización y un sistema carcelario donde los detenidos son obligados a trabajar para el estado.

Sumado a esto, la discriminación social de la población afroamericana en Estados Unidos sigue vigente entre los miembros de su nación (Fogelman, 2017). A pesar de esto, los Códigos Negros como regulación de segregación racial impuesta desde el Estado son impensados en 2020. Precisamente, los ciudadanos estadounidenses eligieron al primer presidente negro Barack Obama en las elecciones del año 2008 y posteriormente fue reelegido para ocupar el mismo cargo en 2012.

Lo que aquí señalamos es que el *sentido común* es verdadero para una época o determinados momentos de la historia, pero puede transformarse a través de disputas, discusiones y tensiones, que terminan modificando ese sentido (Saintout, 2013). "La gran verdad es...no hay verdad, sino verdades" (Las Pastillas del abuelo, 2015, 0:35).

## **Los medios masivos de comunicación: actores sociales constructores de sentido**

En las batallas por la construcción de sentido, muchas veces (pero no siempre) los medios hegemónicos ocupan un lugar fundamental. Durante el último siglo, las sociedades se encuentran atravesadas, en mayor o menor medida, por alguna dimensión de lo mediático. Al respecto, Federico Araneta (entrevista personal, diciembre 2017) considera que "la producción de sentidos que produce la comunicación construye prácticas sociales".

"Los medios no construyen inocentemente sus discursos como meros reflejos de la realidad sino que, como industrias culturales juegan y participan como actores fundamentales dentro de la construcción de poder y hegemonía" (Identidad, medios de comunicación y producción simbólica, 2008, p.8).

Pero hay una controversia que se presenta en dos reduccionismos: pensar que la sociedad es un reflejo de los medios masivos de comunicación o que los medios masivos de comunicación son un reflejo de la sociedad. Estas dos afirmaciones, en distintos momentos históricos no podrían explicarse. A priori, no se establece una definición sobre las relaciones de determinación entre los medios de comunicación y la sociedad.

A modo de ejemplo, podemos citar la invisibilización del feminismo en los medios hegemónicos de comunicación a principios de los años 80'. En aquel entonces las organizaciones feministas ya tenían un recorrido y trayectoria, realizaban encuentros y contaban con instituciones y militantes que apoyaban el movimiento, pero sin embargo no tenían lugar en los medios masivos de comunicación. Recién a fines de los 80' y principios de los 90', las organizaciones feministas lograron ubicar a la violencia de género en la agenda pública argentina (Burton, 2013).

Florencia Saintout (2013) sostiene que "los medios son actores sociales que, junto con otros actores, disputan el sentido sobre la vida que legitima una sociedad en una época determinada como verdadero" (p.1). En consecuencia, los periodistas y comunicadores tienen la responsabilidad social de informar, entretener y educar.

En 2020, la pandemia del virus llamado Covid-19 se disemina por todo el planeta (Mayo Clinic, 2020). Tras la determinación de la cuarentena obligatoria para todos los argentinos y argentinas, el presidente Alberto Fernández (2020) dio una conferencia de

prensa donde indicó qué actividades eran esenciales para el funcionamiento del país y cuáles quedaban exceptuadas de cumplir con el decreto del confinamiento de la población. Entre los rubros excluidos, se incluyó a los medios de comunicación y las personas que trabajan en ellos. Finalizando la conferencia, Alberto Fernández (2020) se dirigió a los periodistas: "Les pido por favor que me ayuden a informar bien" (11m05s).

Ésta fue una situación crítica jamás vivida en el mundo desde la última pandemia de la historia reciente que ocurrió en 1918, donde se calcula que un tercio de la población mundial fue contagiada por el virus H1N1 ("Pandemia de 1918," 2019). En aquellos años, los medios de comunicación no tenían el desarrollo que poseen en el Siglo XXI y los medios audiovisuales no existían. Las transmisiones de radios eran sólo experimentales, y en Argentina recién en 1920 se realizó la primera (Ulanovsky, Merkin, Panno & Tijman, 2004). Cien años después, nuestro país cuenta con 5 canales nacionales de noticias que transmiten las 24 horas.

En este contexto, la población se encuentra encerrada en sus casas, ansiosa y con la necesidad de estar informada. Sin los medios de comunicación (dominantes y alternativos) sería imposible contener a una sociedad imposibilitada de salir de sus hogares. Si en medio de tal pandemia y crisis mundial, la necesidad que funcionen los medios de comunicación es esencial, entonces la vocación de sus trabajadores y su función social de entretener, educar e informar es imprescindible y fundamental.

### ***¿Cuál es el origen de los medios de comunicación?***

Inicialmente, los medios de comunicación hegemónicos no fueron pensados como un servicio social sino que tenían la finalidad de distribuir, controlar y monopolizar la información. "Siempre fuimos una sociedad mediada, lo que va cambiando es qué medios predominan y las lógicas que esos medios imponen para el uso y consumo" (R. Aramendi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017).

Durante el S XIX, el flujo internacional de información se desarrollaba a través de las agencias de noticias internacionales con sedes en las principales ciudades de Europa y por medio de un sistema global de comunicación. Sus redes vinculaban regiones periféricas con sus centros europeos (Thompson, 1998).

Al mismo tiempo, la utilización de la energía eléctrica al servicio de la comunicación hizo que los primeros telégrafos comenzaran a funcionar en la década de 1840.

Posteriormente, se implementó el uso comercial del sistema telefónico en la segunda mitad del S XIX.

Durante la década de 1890, Marconi y otros comenzaron a transmitir señales a través de ondas electromagnéticas. A partir de 1920, se desarrollaron los sistemas de radiodifusión y a finales de 1940 surgió la televisión con una velocidad de avance notable. Según Jesús Martín Barbero (2004) entre 1930 y 1950, "los medios, y especialmente la radio, se convirtieron en voceros de la interpelación que desde el Estado convertía a las masas en pueblo y al pueblo en nación".

En este aspecto, Debray (1995) manifiesta que el Estado en sí mismo es invisible e inaudible: "Nadie ha visto nunca un Estado" (p.59). Asimismo, sostiene que el Estado es tecnócrata, que debe apropiarse y controlar los medios de fabricación y transporte de los signos en soportes visuales, sonoros y textuales. Debray (1995) califica al Estado como "portador de sentido por naturaleza y productor de mensajes por función" (p.62).

La explotación de estas variadas tecnologías se interrelacionó de manera compleja con el poder económico, político y coercitivo. Los intereses comerciales, políticos y militares jugaron un papel fundamental en la expansión de las redes de cable durante la segunda mitad del siglo XIX. (Thompson, 1998, p.113)

Los medios de comunicación dominantes son actores con mucho poder que acumulan capital material y simbólico, porque son empresas. Su concentración (en muchos casos realizada fuera de la ley e involucrados en delitos de lesa humanidad) atenta al derecho a la información y a la comunicación de los pueblos. Al respecto, el tecnólogo, político y creador de la plataforma digital Democracy.Earth Santiago Siri explica:

La estructura del mundo y la sociedad de consumo actual es de *pocos a muchos*. Pocos tienen la capacidad de tener un canal de TV, emitir señal de radio o de ser dueños de una imprenta, pero muchos somos consumidores de los formatos que éstos producen. Internet lo que propone es una relación de *muchos a muchos*. El costo de emitir señal se igualó con el costo de recibirla. (entrevista personal, 2013)

En Argentina, la acumulación de medios de comunicación se dio en un contexto de políticas neoliberales y achicamiento del estado que benefició a las empresas en un posicionamiento hegemónico a través de la acumulación de capitales. Macfarlane (1993) señala que "el capitalismo desarrollado materialmente afectaría la manera de pensar de las

personas, pero para que se desarrolle es necesario afectar previamente la manera de pensar de los individuos" (p.118).

Sumado a esto, David Lagunas Arias y Sergio Sánchez (2010) suponen que "el capitalismo sería así una cuestión ideológica (cambio de valores) antes que simplemente un modelo hegemónico desde mediados del S XIX característico de un mercado internacional unido a un desarrollo industrial masivo" (p. 53-54).

Según el sociólogo John Thompson (1998), "la transformación de las instituciones mediáticas en compañías con intereses comerciales a gran escala es un proceso que se inició a principios del siglo XIX" (p.108). La consolidación de los procesos de concentración de distintos soportes de medios (gráficos, radiales, televisivos) concluyó en que unas pocas organizaciones dirijan grandes conglomerados masivos de comunicación. Estas organizaciones comenzaron a transformarse en empresas transnacionales de multimedios con intereses en las industrias vinculadas a la producción de información, de contenido simbólico y la comunicación a nivel global (Thompson, 1998).

### ***¿Podemos elegir los productos audiovisuales que deseamos consumir?***

Dado el modo en que la industria mediática se relaciona con la audiencia, la cultura de masas se transformó en una cultura segmentada. Esto se debe a que los medios masivos entendieron que el público no es un receptor fijo y pasivo sino que incluye una importante diversidad en cuanto a gustos y modos de consumo. Si bien los medios son masivos por la cantidad de gente a la que llegan, no lo son en cuanto a lo uniforme y simultáneo de los mensajes (Barbero, 2004). Esto "obliga a replantear la visión que identifica cultura mediática con homogeneización cultural" (Barbero, 2004).

Los medios de comunicación son productores del sentido social: construyen sentidos y significantes. Utilizan la deshistorización o re-historización, la descontextualización o recontextualización, la focalización o desfocalización para generar la información sobre la realidad (Saintout, 2013). En este aspecto, Alejandra Valentino (entrevista personal, diciembre de 2017) sostiene que hay que desnaturalizar el sentido tradicional de la acción de informar como 'lo que se le dice al otro que no sabe'. Si tal acción es discursiva, entonces hay una construcción de un discurso.

Aún con vastos estudios y teorías respecto de la influencia de los medios de comunicación hegemónicos sobre el público, contrariamente a éstos, en los '90 se publican

varias investigaciones que afirman que "la posibilidad de los medios masivos de comunicación de imponer sentidos en las audiencias es limitada, e incluso, se dice, casi nula" (Saintout, 2013, p.4).

Con la premisa de no subestimar al público, estos estudios afirman que tanto oyentes como televidentes tienen la posibilidad de elegir lo que consumen, de crear su propia *agenda mediática* sin importar lo que ocurre en los medios dominantes y alternativos. De este modo, la verdad o la idea de verdad pierde importancia y deja de ser un asunto del cual se deba discutir, lo que da lugar a la mentira, a la manipulación de información y la desinformación (Saintout, 2013).

"En un mundo en el que lo que no pasa por la tele no existe, un gobierno sin imagen tiene toda la razón en inquietarse" (Debray, 1995, p.95). Asimismo, Eliseo Verón (citado por García Canclini, 1989) afirma que participar políticamente es vincularse con una *democracia audiovisual* donde lo real se produce por las imágenes generadas en los medios. En conclusión, los medios de comunicación son los que poseen la cualidad de la credibilidad, y en un planeta donde la política se transmutó en videopolítica, definitivamente los medios dominantes tienen la capacidad de ejercer poder.

### ***La credibilidad de los medios de comunicación***

Continuando con las investigaciones sobre los medios hegemónicos en los años '90, Saintout (2013) afirma que el campo académico no profundizó acerca de la utilización de lógicas de mercado para la producción de conocimiento en Argentina, y que con pocas excepciones, son las necesidades de reproducción del capital de unos pocos las que sostienen las agendas de investigación sobre los medios de comunicación para esos años.

A su vez, la perspectiva de aquella época sostiene que los medios de comunicación son 'evidentes', que hablan por sí mismos, es decir, que no es necesario problematizarlos. "No sería la primera vez que los investigadores científicos juegan 'inconscientemente' un papel en la reproducción de la hegemonía" (Hall, 2004, 236).

Precisamente, los oligopolios de medios de comunicación hegemónicos fueron dueños de las doxas en estas décadas: "Como las ha llamado Bourdieu, verdades autoevidentes que no pasan por un proceso reflexivo, que se instalan como sentido común y

terminan por convertirse en filtros para entender la realidad y actuar sobre el mundo" (Reguillo, 2000, p.76).

Las doxas obtuvieron una notable importancia dentro de la comunicación intercultural mediática: intervienen como discurso sobre la norma, el *deber ser*, lo único legítimo y el temor a su transgresión (Reguillo, 2000). En definitiva, lo que dicen los medios de comunicación es verdad, no hay punto de discusión, y tampoco se discute la credibilidad periodística.

### ***Decodificación de los discursos de TV***

Recuerdo tener 7 años allá por el '95, en el televisor emitían Telenueve (noticiero nocturno del canal 9 argentino) y en un móvil afirmaban que había caído un Objeto Volador No Identificado (OVNI) con posibles extraterrestres en un campo de la provincia de Buenos Aires.

Si bien actualmente hay mucha información desclasificada y circulante sobre OVNIS como para considerar seriamente la posibilidad de alguna forma de vida fuera del planeta Tierra, en aquella época y a esa edad, yo tomé tal hecho como real, verídico e indiscutido. Esperaba una explicación, una argumentación más seria de mi padre que lo estaba viendo conmigo, pero él tampoco lo puso en discusión, simplemente lo aceptó. Tal vez lo puso en duda, pero no fue debatido con su hijo que creyó todo el contenido de ese móvil periodístico como real.

Según Stuart Hall (1980), "el signo televisivo es complejo. Está constituido por la combinación de dos tipos de discurso, visual y auditivo. Más aún, es un signo icónico, en la terminología de Pierce, porque 'posee algunas de las propiedades de la cosa representada'" (p.3). Las 'lecturas equivocadas' de un mensaje televisivo en cuanto a su connotación o contexto, tienen una base social. Al respecto, Hall (2004) considera la existencia de 3 hipotéticas formas de decodificaciones de un discurso de TV:

Código Dominante o Hegemónico: El mensaje es comprendido por el espectador de forma literal, directa y clara. "Es un tipo de comunicación perfectamente transparente" (Hall, 2004, 233-234).

Código Negociado: El receptor reconoce el significado del mensaje dominante o hegemónico, pero en determinadas ocasiones lo hace con ciertas contradicciones. El

televidente toma decisiones de acuerdo a sus propias posiciones y evalúa seguir o no el contenido de lo comunicado. El individuo "fabrica sus propias reglas sobre el terreno y opera con 'excepciones' a la regla" (Hall, 2004, 235).

Código oposicional: El espectador entiende y descodifica el mensaje de forma totalmente contraria a la finalidad de lo comunicado. Ubica la modulación y connotación del mensaje en un marco referencial alternativo.

La decisión de intervenir para hacer que los códigos hegemónicos de las elites resulten más efectivos y transparentes para la mayoría de la audiencia no es una cuestión técnicamente neutral, sino plenamente política. 'Leer mal' una opción política, como si fuera un problema técnico, representa el tipo de connivencia inconsciente con los intereses dominantes, una forma de connivencia a la que los investigadores sociales son también muy propensos. (Hall, 2004, 236)

De acuerdo a lo expresado sobre los estudios acerca de los efectos de la televisión, Néstor García Canclini (1989) señala que los avances tecnológicos no son neutrales pero tampoco omnipotentes. Estos recursos innovadores involucran cambios culturales, "pero el signo final depende de los usos que les asignan diversos actores" (García Canclini, 1989, p.286).

En definitiva, a través del ejemplo personal acerca de la televisación sobre la caída de un supuesto OVNI en Argentina, se visualiza una parafernalia<sup>4</sup> que no garantiza ni comprueba que el poder de los medios dominantes haya desaparecido, pero al dejarse de indagar acerca del poder mediático como fenómeno, Florencia Saintout (2013) sostiene que "se crea la ilusión de que éste ha desaparecido" (p.4).

### **Cuestión de mediaciones**

Jesús Martín Barbero (citado por Ruiz Marín, 2004) interpela el desarrollo de la cultura en América Latina a partir de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad desde dimensiones culturales, políticas y comunicacionales. Barbero (1987) señala que "la comunicación se nos tornó cuestión de *mediaciones* más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento" (p.10).

---

<sup>4</sup> "Conjunto de instrumentos o aparatos que se necesitan para un fin determinado".



Las mediaciones permiten visibilizar el proceso comunicativo desde la recepción, desde las resistencias y desde la apropiación y sus usos (Barbero, 1987). Entender el proceso comunicativo y la constitución de lo masivo desde las mediaciones, es comprenderlo "desde la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales" (Barbero, 1987, p.11). "Es el sujeto quien otorga sentido a los mensajes" (Ruiz Marín, 2004, p. 64).

Manuel Martín Serrano fue quien utilizó por primera vez el término mediaciones en su libro *La producción social de la comunicación* en 1977. Luego, Barbero aplicó parte de esa propuesta en su obra *De los medios a las mediaciones*. Para comprender la noción de mediación, hay que pensar el proceso comunicativo "en su dimensión relacional (comunicacional), de intercambio (cultural) y de negociación (política)" (Ruiz Marín, 2004, p.64). Dentro de la mediación, se da un proceso de interacción donde participa tanto el emisor como el receptor. A su vez, para entender e interpretar la acepción de mediaciones, es preciso y conveniente tener un conocimiento previo acerca de la noción de *lo popular* (ver p.46).

Benjamin fue pionero en señalar la mediación como pieza fundamental para entender la articulación entre las condiciones de producción y la transformación cultural, de los modos de percepción, de la experiencia social (Barbero, 1987, p.56). Para comprender lo que ocurre en la cultura de masas, hay que prestar atención a su experiencia: "a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para aquella otra la clave se halla en la percepción y en el uso" (Barbero, 1987, p.57).

Edgar Morin (citado por Barbero, 1987) considera que la verdadera mediación (la función de medio) que ocurre dentro de la cultura de masa es "la comunicación de lo real con lo imaginario" (p.66). Asimismo, el campo de las mediaciones está constituido por dispositivos "a través de los cuales la hegemonía transforma desde dentro el sentido del trabajo y la vida de la comunidad" (Barbero, 1987, p.207).

La mediación es una acción que permite el acto comunicativo, y como tal, la teoría de las mediaciones propone ciertos principios para analizar los procesos de comunicación:

- La comunicación debe ser entendida como proceso.
- La recepción no es el punto donde termina la comunicación.

- La significación es un proceso constante y dinámico.
- El proceso comunicativo no debe ser fragmentado en sus elementos componentes (Emisor-Mensaje-Receptor), ni deben ser aislados de sus contextos culturales.
- Se debe reconocer a "la subjetividad", la particularidad y la dinamicidad como datos sociales.
- El receptor es un ser activo capaz de: otorgar múltiples interpretaciones (resemantizaciones), crear y recrear diversos sentidos, dar diferentes refuncionalizaciones, establecer consensos sobre la base de la negociación y en estrecha relación con lo "cotidiano", con la "cultura".
- Las acciones de los receptores son conscientes, deliberadas, voluntarias antes que condicionadas, manipuladas e inconscientes.

(Ruiz Marín, 2004, p.65)

Estos postulados difieren en relación a anteriores modelos teóricos de la comunicación, que presentaban ciertas limitaciones. En términos generales, la teoría de la mediación postula que la construcción de la realidad es realizada por las significaciones otorgadas por los sujetos que son quienes le dan sentido a los mensajes, a su vez que dichos individuos son contemplados como sujetos sociales y activos dentro del proceso comunicacional y no como objetos pasivos. De esta forma, entendemos que la producción de sentido se genera en el momento de recepción del mensaje (Ruiz Marín, 2004).

"Las mediaciones son los lugares donde los sujetos participan e interactúan comunicacionalmente desde una dimensión política y una perspectiva cultural, de acuerdo a las exigencias de las circunstancias" (Ruiz Marín, 2004, p.65). Por su parte, Barbero (1987) propone analizar las *lógicas de producción y recepción* a partir de "los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión" (p.233), es decir, a partir de las mediaciones.

Según Barbero (1987), hay que pensar "los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas" (p.203): "De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales" (Barbero, 1987, p.203).

En definitiva, todo proceso social de comunicación no es lineal ni tampoco directo, es mediado. En todo acto comunicativo intervienen o forman parte las mediaciones como espacios donde se producen sentidos y significados. Los sentidos y significados se materializan y varían en base a las apropiaciones que incorpora el sujeto, ya sea como consumidor o productor de formatos culturales. Por último, esta apertura del vínculo entre comunicación y cultura permite comprender la resistencia, el cambio o la adecuación de las culturas populares en las sociedades actuales (Ruiz Marín, 2004).

Los medios son interpeladores sociales, escenarios de visibilización, de disputas de sentido y de mediaciones, productores de sentido que disputan la hegemonía con la escuela, la familia y la religión. Los medios tienen una cualidad tecnológica, es decir, una unión entre la técnica y la lógica, que les permite, justamente, proponer lógicas.

### ***¿Cuál es el rol de los medios de comunicación? ¿Son instrumentos o actores sociales con poder político?***

A mediados de la década del 2000, aparece una intención política desde los países latinoamericanos que busca eliminar las medidas neoliberales, tanto de gobiernos anteriores como de regímenes militares que se apropiaron ilegalmente del Estado. A su vez, comienza una lucha contra las grandes corporaciones mediáticas, que en su mayoría son grandes monopolios del negocio de la información y el entretenimiento. Los medios de comunicación hegemónicos se enfrentan abiertamente a los gobiernos denominados populares en distintos países, y las audiencias toman partida en esta batalla (Saintout, 2013).

## **Derecho a la comunicación**

### ***¿Qué es un derecho?***

Previo a adentrarnos en la concepción sobre el derecho a la comunicación, debemos especificar conceptualmente qué es un derecho, sus alcances, contrariedades e implicancias. El abogado y asesor letrado de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Juan Ignacio Reinoso Lancia (entrevista personal, 19 de Febrero de 2020), reconoce la complejidad que implica explicar un derecho. No obstante, lo define como una norma de comportamiento social.

La necesidad de establecer derechos y obligaciones surge "como consecuencia del abandono del estado de naturaleza absoluta del ser humano y la necesidad de crear un sistema de reglas que brinde seguridad recíproca a cada una de las partes al momento de entablar relaciones entre sujetos sociales" (J. Reinoso Lancia, entrevista personal, 19 de Febrero de 2020). Una obligación, definida como una exigencia o deber, es lo contrario (o se contrapone) a un derecho, ubicándose en su extremo opuesto.

Los derechos nacen en algún momento de la evolución humana y su objetivo, dentro del marco teórico, "es mejorar el sistema de relaciones para que brinde seguridad a los seres sometidos al sistema de normas" (J. Reinoso Lancia, entrevista personal, 19 de Febrero de 2020). En su aplicación y desempeño en términos prácticos, "los derechos no cambian históricamente sino que dentro de su proceso de evolución existen marchas y contramarchas, modificaciones o cambios debido a conflictos de intereses coyunturales que responden a un tipo de análisis que excede al ámbito jurídico" (J. Reinoso Lancia, entrevista personal, 19 de Febrero de 2020).

En cuanto a la conflictividad entre los derechos individuales y los derechos colectivos, Juan Ignacio Reinoso Lancia (entrevista personal, 19 de Febrero de 2020) sostiene que:

En aquellas zonas de fricción donde el ejercicio del derecho a la libertad de un ser humano colisione con su *contracara* (obligación de no afectar la libertad de otro ser humano), es lógico que la batalla por los límites entre ellos sea eterna y no por eso es peyorativa. La discusión tiene que ser constante, progresiva y evolutiva, porque el Derecho tiene que ser de naturaleza dinámica para acompañar los cambios de la sociedad a la que regulan.

Sumado a ello, podemos agregar que la frase "mis derechos terminan donde empiezan los del otro" forma parte de un discurso limitante y dominante sobre los derechos, resaltan la constricción de los mismos. Una manera alternativa de dinamizarlos es pensar que 'los derechos de uno se fortalecen con los del otro'. Tal como plantea Foucault (citado por Muñoz, 2019), la construcción del orden jurídico a partir de la racionalidad de un gobierno liberal no se circunscribe sólo a los derechos individuales, sino a la necesidad económico-política del liberalismo de producir libertad. En este sentido, el sistema jurídico legitima un orden económico que es necesario para que la sociedad produzca.

## ***El derecho a libertad de expresión e información***

En otro aspecto, el derecho a la comunicación, íntimamente relacionado con el derecho a la libertad de prensa, tiene su normativa y alcance jurídico internacional. Darbshire (1994) afirma que "la libertad de expresión es un derecho universal" (p.3) y agrega que "es un derecho fundamental indivisible de los demás derechos" (p.3). Cabe resaltar que "el derecho internacional actualmente se encuentra en una etapa de desarrollo muy prematura" (entrevista personal a Juan I. Reinoso, Febrero 2020), pero de todos modos, el derecho a la comunicación está regulado internacionalmente porque "es un derecho fundamental para la raza humana" (entrevista personal a Juan I. Reinoso, Febrero 2020).

En Latinoamérica, los gobiernos populares como el de Hugo Chávez en Venezuela, Rafael Correa en Ecuador, Evo Morales en Bolivia, Tabaré Vázquez y José "Pepe" Mujica en Uruguay, Cristina Fernández y Néstor Kirchner en Argentina e incluso Luiz Inácio Lula da Silva en Brasil, libraron una batalla por el derecho a la comunicación de los pueblos con el objetivo de garantizar la comunicación democrática. Este planteo se refuerza con la búsqueda de equidad y pluralidad en el acceso y producción de la información junto con la desprivatización de la misma, porque el derecho a la libertad de expresión es indiscutido como derecho humano (Saintout, 2013).

El apoyo a medios alternativos, la presencia estatal y ciudadana en los antiguos y nuevos medios de comunicación, la discusión acerca de la legitimidad de los medios masivos dominantes junto con la desmonopolización de los mismos, son políticas adoptadas por varios gobiernos de América Latina en su batalla por garantizar la pluralidad de voces, la lucha hegemónica por la dominación cultural y la disputa por la construcción de sentido (Saintout, 2013).

Voltaire (citado por Darbshire, 1994) era un gran promotor de la libertad de expresión, y así quedó reflejado en su famosa frase: "No estoy de acuerdo con lo que usted dice pero defenderé hasta la muerte su derecho a decirlo" (p.1). Por el contrario, cuando algunos gobiernos sostienen que la libertad de expresión es un lujo que se da únicamente en los países desarrollados, se trata de una excusa y justificación para conservar el poder y oponerse a establecer un verdadero régimen democrático (Darbshire, 1994).

## **La censura en los medios masivos de comunicación**

En este aspecto, la censura en los medios de comunicación (que se opone al derecho a la libertad de expresión) no sólo proviene de los Estados, sino también de los particulares y empresas de medios audiovisuales, digitales y gráficos. Tal es el caso del programa del periodista Roberto Navarro en C5N censurado en 2016, que había realizado un informe titulado *El socio del presidente* durante el mandato de Mauricio Macri.

El programa recibió censuras por doble vía y finalmente no salió al aire. Por un lado, estaba la censura externa a través de las presiones desde el Poder Ejecutivo para suspender la transmisión, reconocidas en Facebook por el propio Roberto Navarro ("Argentina censura programa", 2016). Paralelamente, la periodista y actualmente diputada nacional Gabriela Cerruti publicó el siguiente tweet al respecto:



Así, Cerruti denuncia públicamente una censura interna por parte del dueño del canal de noticias, Cristóbal López.

No obstante, hay periodistas que no reciben una bajada de línea editorial del medio para el que trabajan y lo reconocen abiertamente. A modo de ejemplo, podemos citar las declaraciones del periodista argentino Clemente Cancela, quién estuvo al frente del programa *Gente Sexy* en las mañanas de FM Blue 100.7 durante 8 años y al terminar el ciclo en esa radio declaró: "La verdad es que durante estos ocho años nunca me bajaron línea ni me dijeron qué es lo que tenía que decir" (Florio, 2018).

Sin embargo, existen situaciones en las que la censura se ejerce sobre la producción del programa y no sobre los periodistas o comunicadores que forman parte del equipo. Hace unos años, en uno de mis trabajos donde cumplía la función de productor, impidieron la difusión de un informe acerca de la mudanza del estadio de uno de los clubes más

importantes de Argentina ya que una de las co-productoras tenía acuerdos comerciales con la institución y el presidente de la misma se comunicó para *cajonear* la divulgación de aquella investigación.

Es de vital importancia resaltar que "llevada a su máxima expresión, la censura amenaza el derecho a la vida" (Darbshire, 1994, p.3). Esta afirmación se materializa en distintos escenarios, como cuando asesinan a quienes expresan sus opiniones y posiciones contrarias a la ideología dominante. También ocurre cuando un gobierno oculta información y silencia a una parte de la población que no puede satisfacer sus necesidades básicas de alimentación y un alto porcentaje de ellos terminan muriendo por inanición (Darbshire, 1994).

Asimismo, la censura también puede afectar el derecho a la salud cuando, por ejemplo, el gobierno de un país decide ocultar información relacionada a enfermedades de transmisión sexual como el SIDA o tergiversa cifras de decesos e infectados vinculadas a un virus pandémico como el COVID-19. Algo similar ocurre con la protección y el cuidado del medio ambiente. Al no acceder a información respecto de los daños en nuestro hábitat, la tala indiscriminada de bosques, la producción de residuos tóxicos, entre otros datos empíricos, se torna imposible la defensa del patrimonio natural del planeta Tierra (Darbshire, 1994).

### ***El origen de la libertad de expresión***

Antiguamente, el rey era el único que tenía derecho a la palabra, por ende, la libertad de expresión no existía. La soberanía era única y exclusiva del Rey. Él era la persona que tenía el control absoluto de la información ya que para publicar había que tener el *privilegio real* otorgado por el rey, y de esa manera, controlaba las doctrinas circulantes. Para enviar un manuscrito a una imprenta se requería de la *licencia real*, pero antes de ser recibido e impreso en la imprenta, tuvo que pasar por *la censura previa* (existente ya en la Grecia Antigua) y sus enmendaciones. El rey era amo y señor de los medios de comunicación existentes en tiempos medievales (Eliades, 2011).

Tal como señala Helen Darbshire (1994), desde la edad antigua, tanto en griegos como romanos, aparecen frases en defensa de la libertad de expresión: "Demóstenes afirmaba que no podía caer sobre un pueblo peor desgracia que la 'privación de la libertad de palabra'" (Darbshire, 1994, p.1). Incluso Platón cuenta cómo Sócrates fue castigado en

Atenas por cometer el "crimen" de realizar declaraciones subversivas (Darbishire, 1994). El mismo Platón (citado por Darbishire, 1994) era un defensor de la censura:

El poeta no debe componer nada contrario a las ideas de lo legal, lo justo, lo bello o lo bueno admitidas en el Estado. Ni se ha de permitir que muestre sus composiciones a ningún particular antes de que las haya presentado al censor y a los guardianes de la ley y de que éstos se muestren satisfechos.  
(p.1)

Las monarquías y estados han sido señalados históricamente como *censores* del derecho a la información, ya que existían funcionarios de los regímenes que controlaban las publicaciones antes de ser difundidas (Eliades, 2011). La invención de la imprenta en 1440 estuvo acompañada por restricciones a las difusiones de ideas en el formato escrito. En la antigua Inglaterra, recién en 1700 se planteó la idea del derecho a imprimir y la libertad de prensa, y aún así, los editores de periódicos tuvieron que reclamar durante un siglo para que le concedieran el *derecho a criticar* (Darbishire, 1994).

### ***Estados garantes del derecho a la comunicación y la información***

Sin embargo, en el S XXI, es a los Estados a quienes se les exige y quienes deben garantizar el derecho a la comunicación y la información (Eliades, 2011). Precisamente, las Naciones Unidas reconocieron la libertad de expresión como "uno de los valores democráticos fundamentales indispensables para la coexistencia pacífica entre las naciones" (Darbishire, 1994, p.2) y la incluyeron en el preámbulo de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 como "una de las cuatro libertades esenciales a fin de que 'los seres humanos, liberados del temor y de la miseria, disfruten de la libertad de palabra y de la libertad de creencias'" (Darbishire, 1994, p.2).

Posteriormente, la Convención Americana de Derechos Humanos (1969) suscrita en San José, Costa Rica y que tiene jerarquía supraconstitucional en Argentina, es decir que está por encima de la Constitución Nacional Argentina, hace referencia a la prohibición de la censura ejercida tanto por los Estados como por particulares:

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados



en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones. (Art.13.3)

Sumado a esto, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (2000), instrumento aprobado por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos con la finalidad de definir los alcances del Derecho a la Libertad de Expresión garantizado por la Convención Americana de Derechos Humanos (1969), apunta a los particulares y sus conglomerados de medios de comunicación:

Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos. (p.12)

De este modo, la prohibición de la censura abarca también a los particulares, a las empresas y por supuesto a los Estados que, además, son quienes tienen el deber de garantizar el derecho a la comunicación y la información. En la medida que cualquiera de estos participantes obstaculicen el derecho a dar y recibir información, se transforman en *censores*. Por ello, Analía Eliades (2011) afirma que "el bien a proteger es la comunicación, la difusión y la circulación de ideas y opiniones" (p.6).

Al mismo tiempo, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (2000) señala en su principio 5:

"La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o electrónico, debe estar prohibida por la ley..."

Mucho tiempo antes, tras la revolución en Francia a fines del S XVIII, la declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano (1789) en la Asamblea Constituyente manifestó nociones precisas sobre el derecho a la comunicación:

Artículo 10: "Ningún hombre debe ser molestado por razón de sus opiniones, ni aún por sus ideas religiosas, siempre que al manifestarlas no se causen trastornos del orden público establecido por la ley".

Artículo 11: "Puesto que la comunicación sin trabas de los pensamientos y opiniones es uno de los más valiosos derechos del hombre, todo ciudadano puede hablar, escribir y publicar libremente, teniendo en cuenta que es responsable de los abusos de esta libertad en los casos determinados por la ley".

Este documento reconoce la libertad de expresión del individuo y sus alcances, promoviendo así la libertad de prensa en su declaración.

### **Responsabilidades del uso del derecho a la libertad de expresión**

Juan Ignacio Reinoso (entrevista personal, 19 de Febrero de 2020) afirma que "la libertad de expresión es un derecho consagrado por la Constitución Nacional y por varios tratados internacionales", y agrega que "dentro de ella hay distintos tipos de libertades de expresión, de los ciudadanos, de periodistas y de todos". No obstante, la libertad de expresión y de información no amerita poder decir *cualquier cosa*:

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos declara que la libertad de opinión es absoluta y no puede ser objeto de injerencias, pero la libertad de expresión y de información "entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeta a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:

- a) asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás;
- b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas". (Darbishire, 1994, p.4)

Sumado a esto, el artículo 11 de la declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano (1789) anteriormente nombrado, señala que toda comunicación debe estar dentro del marco jurídico, ya que ser comunicador supone una responsabilidad social. El periodista tendrá el derecho de difundir la información que considere pertinente pero no podrá decir lo que quiera, tal como señala el Art. 13 Inciso 5 de la Convención Americana de Derechos humanos (1969):

- 5. "Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyen incitaciones a la

violencia o cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional".

Cuando ocurren episodios de este tipo dentro de los medios de comunicación, donde se exceden los límites del derecho a la libertad de expresión enmarcados en la Constitución Nacional, los organismos reguladores de cada país intervienen junto con la justicia multando al comunicador, periodista o medio; y dependiendo de la gravedad del caso, la intervención puede ser elevada a juicio y sufrir consecuencias tanto civiles como penales. Por ejemplo, si un periodista realiza apología del delito en un medio masivo de comunicación estaría infringiendo la ley, ya que ello es un delito tipificado en el código penal argentino (J. Reinoso Lancia, entrevista personal, 19 de Febrero de 2020).

### ***Fallo judicial: violación a la intimidad vs. libertad de información***

El caso más relevante de derecho constitucional en Argentina sobre libertad de expresión y violación a la privacidad o intimidad es el fallo Ponzetti de Balbín, Indalia contra Editorial Atlántida, S.A. del año 1984 (Juan Ignacio Reinoso, entrevista personal, Febrero 2020). En esta causa, la mujer del político radical Ricardo Balbín y su hijo iniciaron acciones legales contra la revista "Gente y la actualidad". En una edición de ese medio gráfico, publicaron una foto del doctor Balbín en la sala de terapia intensiva donde estaba internado, inconsciente y entubado previo a su muerte (Ponzetti de Balbín, 1984).

La querrela denunció una violación a la intimidad que provocó el sufrimiento familiar y adujo que la internación formaba parte de la esfera privada de Balbín y no de su función pública como político. Los demandados reconocieron la autenticidad de los ejemplares y en su defensa "alegaron el ejercicio sin fines sensacionalistas, crueles o morbosos, del derecho de información, sosteniendo que se intentó documentar una realidad; y que la vida del doctor Balbín, como hombre público, tiene carácter histórico" (Ponzetti de Balbín, 1984, p.1905). Finalmente, el fallo de la Corte Suprema de Justicia (máxima autoridad judicial argentina) determinó que:

La publicación de la fotografía del doctor Ricardo Balbín efectuada por la revista "Gente y la actualidad" "excede el límite legítimo y regular del **derecho a la información**, toda vez que la fotografía fue tomada subrepticamente la víspera de su muerte en la sala de terapia intensiva del sanatorio en que se encontraba internado. [...] En consecuencia, la presencia no autorizada ni consentida de un fotógrafo en una situación límite

de carácter privado que furtivamente toma una fotografía con la finalidad de ser nota de tapa en la revista "Gente y la actualidad" no admite justificación y su publicación configura una **violación del derecho a la intimidad**. Por ello, se admite el recurso extraordinario y se confirma la sentencia en lo que fue materia de recurso. (Ponzetti de Balbín, 1984, p.1908)

### **Primer decreto argentino sobre libertad de expresión**

Cabe resaltar lo ocurrido en Argentina cuando se dictó el primer decreto de la libertad de imprenta en 1811 (Estatutos, Reglamentos y Constituciones Argentinas, 1811-1898), donde se rechaza la censura previa pero se aclara explícitamente que quedan exceptuadas las cuestiones eclesiásticas:

Art. 1º "Todo hombre puede publicar sus ideas libremente y sin censura previa. Las disposiciones contrarias a esta libertad quedan sin efecto".

Art. 8º "Las obras que tratan de religión no pueden imprimirse sin previa censura del eclesiástico [...]".

En aquel entonces, la Iglesia ejercía su poder y hegemonía sobre los medios gráficos de comunicación existentes, atentando contra el derecho a la comunicación al censurar la difusión de información.

## **Cultura**

El concepto de cultura puede tener múltiples significados: puede referir a una esfera específica de la actividad humana, algunos autores lo definen como lo contrario de lo salvaje (lo culto como opuesto a lo primitivo), o bien puede pensarse como una categoría analítica propia de las ciencias sociales, dentro de las cuales ha tenido diferentes interpretaciones históricas.

Con la finalidad de realizar un breve recorrido sobre la noción de *cultura*, Raymond Williams (2000) señala que durante el S XVIII los conceptos de *civilización* y *cultura* eran términos intercambiables. Luego la acepción de cultura tuvo un sentido alternativo y se asoció a la religión, el arte, la vida personal y la familia, como algo opuesto a la civilización. En consecuencia, la cultura fue definida como "un proceso general del desarrollo 'interior'" y

"clasificación general de 'las artes', la religión, las instituciones y las prácticas de los significados y los valores" (Williams, 2000, p.25).

Posteriormente, Williams (2000) plantea que las expresiones en el arte y la literatura representaban el espíritu humano, por lo que manifiesta que "la cultura era entonces la secularización, a la vez que la liberalización, de las formas metafísicas primitivas" (p.26). Luego, la noción de cultura se desarrolló y derivó en un concepto social, antropológico y sociológico (Williams, 2000). La tensión en dichas comprensiones de la noción de cultura generó una nueva vinculación con el término de civilización:

Resulta sumamente difícil distinguir este nuevo sentido secular de la "civilización" de un sentido secular comparable de la "Cultura" considerada como una interpretación del desarrollo humano. Ambas eran ideas modernas en el sentido de que ponían énfasis en la capacidad humana no sólo para comprender, sino para edificar un orden social humano. (Williams, 2000, p.27)

El origen de este sentido social general de la cultura, posiblemente esté asociado a "la configuración de las sociedades y la configuración de las mentes humanas", en relación al "hombre que produce su propia historia" (Williams, 2000, p.27). Al respecto, Herder (citado por Williams, 2000) señala que "hay que hablar de 'culturas' antes que de 'cultura' [...]" y reconocer dentro de toda cultura la complejidad y variabilidad de sus fuerzas configurativas" (p.28).

En este punto, el concepto cultura presenta una fuerte complejización en cuanto a lo que pronuncia: "se convirtió en el nombre del proceso 'interno' especializado en sus supuestos medios de acción en la 'vida intelectual' y 'las artes'" (Williams, 2000, p.28); y a su vez, "se convirtió en el nombre del proceso general especializado con sus presuntas configuraciones en 'todos los estilos de vida'" (Williams, 2000, p.28). Inicialmente, la noción de cultura fue fundamental en las definiciones de las artes y las humanidades. Posteriormente, fue esencial en las definiciones de las ciencias humanas y las ciencias sociales.

El marxismo enfrentó grandes dificultades en su aporte sobre cultura, pero hubo un gran progreso intelectual en cuanto a esta conceptualización: transformó la frase "el hombre que produce su propia historia", la cual invisibilizaba a la clase trabajadora y la historia material, y puso énfasis en "el hombre que se hace a sí mismo' mediante la producción de sus propios medios de vida" (Williams, 2000, p.30).

Para concluir, Williams (2000) propone el análisis del *lenguaje como un elemento fundamental y definitorio para comprender las implicancias del proceso humano constitutivo de la cultura*. En resumen, la noción de *cultura* puede entenderse como el proceso social en el que los humanos definen y configuran sus vidas (Williams, 2000), a su vez que comprende lo referido a la vida intelectual y a toda expresión humana que genere significación. En consecuencia, la cultura determina a las personas.

### **Cuestiones culturales en Latinoamérica**

Previo a la década del '80, existían en Argentina y en la región latinoamericana problematizaciones asociadas a la cultura pero desde una mirada economicista, subordinada a otras variables consideradas como fundamentales, y no dentro del campo particular de los estudios culturales. A partir de ese momento, comienzan a desarrollarse los estudios culturales en América Latina dentro del campo de la comunicación. De este modo, la comunicación comienza a pensarse como "cuestión de cultura; de luchas por la nominación del sentido legítimo del mundo; como asunto de percepciones y sensibilidades" (Saintout, 2008, p.146).

La comunicación empieza a analizarse desde la cultura y los modos de construcción de sentido. Se deja de observar a los medios masivos y sus efectos como prioridad y ocupan el primer plano "los modos de darle sentido a la vida de los actores sociales" (Saintout, 2008, p.146). Allí, se articulan la comunicación, la cultura y la sociedad (Saintout, 2008).

Un ejemplo al respecto es la acepción de 'aguante' en el fútbol argentino. En la tesis titulada *El aguante en el cuerpo: Construcción de identidad de los hinchas de un club de fútbol argentino* (Zambaglione, 2008), acerca de la cultura del aguante en el fútbol argentino, se puede vislumbrar cómo para los integrantes de una barra brava, *el aguante* supone pelear y enfrentarse físicamente con los simpatizantes del conjunto adversario incluso con armas de fuego, mientras que para los hinchas militantes o fanáticos implica alentar a su equipo en cada partido tanto de local como de visitante, dar un seguimiento incondicional al plantel y priorizarlo por encima de sus amigos, del trabajo y su familia.

Por último, para el colectivo de espectadores comunes, el aguante se ve representado en los aplausos, los insultos, el *agite* de brazos y en el abrazo con otro espectador desconocido (Pablo Alabarces, José Garriga Zucal, María Verónica Moreira,

2008). En este escenario, vislumbramos las recepciones de los diversos actores sociales dentro del proceso comunicativo y cultural, así cómo también encuentran distintos sentidos y significados para el mismo significante.

### ***La violencia cultural***

En este ejemplo acerca del aguante y la significación del mismo para los miembros de una barra brava, la violencia se manifiesta como violencia cultural. A esta invención cultural, las sociedades intentan limitarlas con normas y regulaciones decretadas en búsqueda de una convivencia más armónica (Silva, 2006). "La violencia cultural se define aquí como cualquier aspecto de una cultura que pueda ser utilizada para legitimar la violencia en su forma directa o estructural" (Galtung, 2016, p.147).

Las banderas, las canciones y las amenazas de las barras bravas son símbolos, aspectos de la cultura, y no la cultura en sí misma. La violencia cultural legítima, válida y aprueba tanto la violencia directa como la violencia estructural, y transforma esas acciones en aceptables para la sociedad (Galtung, 2016). Asimismo, la violencia física utilizada para forzar a otro a que realice determinada acción, está inscrita en un proceso de comunicación (Byung-Chul-Han, 2016). Cabe señalar que la violencia pura y sin sentido, no busca comunicación, porque quien la ejerce no está interesado en lo que el otro haga. Por ende, tampoco importa la obediencia, acción que sí representa un acto comunicativo (Byung-Chul-Han, 2016).

Sumado a esto, el filósofo surcoreano Byung-Chul-Han (2016) sostiene que "la violencia y la libertad son los dos extremos de una escala del poder" (p.12). Ocurre que, si la intermediación entre las partes es casi nula o tiende a cero, el poder se transforma en violencia (Byung-Chul-Han, 2016). Para concluir, como aporte comprobado por mi propia experiencia, es importante tener en cuenta que al momento de enfrentar una situación violenta, "la violencia engendra violencia" (Galtung, 2016, p.155).

### ***La industria cultural***

Un grupo de investigadores latinoamericanos, en contraposición a las "formas escolarizadas de enseñanza de la comunicación" (Saintout, 2008, p.148), comenzaron a estudiar la relación *cultura/sociedad* desde la problematización de las culturas populares en

relación a las desigualdades en el ámbito social. Saintout (2008) considera que estos estudios se llevaron a cabo "desde una matriz cultural popular negada por las culturas dominantes" (p.148) que permitió comenzar a interpelar a las industrias culturales.

El aporte del campo de la comunicación a las ciencias sociales ha sido pensar esa tensión entre Cultura Popular e Industria Cultural, especialmente en la década del '80. En tiempos más actuales, se propone pensar la tensión entre producción cultural y apropiación cultural a partir del desarrollo de tecnologías de información y comunicación. Esa tensión, entre lo que hacen los productores culturales, como es apropiado y elaborado por los consumidores, como a su vez esto genera nuevas apropiaciones y re-elaboraciones de los productos culturales y cómo, todo ello, es dinámica del desarrollo de la cultura. (F. Rodrigo, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017)

La noción de *industria cultural* fue utilizada por primera vez por Theodor Adorno y Max Horkheimer en el libro *Dialéctica de la ilustración*. En ese trabajo, los autores reflexionan sobre la deshumanización (o cosificación) de la cultura a través de procesos industriales (Identidad, medios de comunicación y producción simbólica, 2008). En efecto, comprenden que la cultura comienza a reproducirse con la lógica de la industria, como un proceso de producción en serie:

Lo que de arte quedará ahí ya no será más que su cascarón: el estilo, es decir, la coherencia puramente estética que se agota en la imitación. Y esa será la "forma" del arte que produce la industria cultural: Identificación con la fórmula, repetición de la fórmula. Reducido a cultura, el arte se hará "accesible al pueblo como los parques", ofrecido al disfrute de todos, introducido en la vida como un objeto más, desublimado. (Barbero, 1987, p.52)

La industria cultural puede comprenderse como un sistema de producción de bienes culturales llevado a cabo por los medios masivos de comunicación. Las producciones se vuelven mercancías y comienzan a producirse en serie como, por ejemplo, electrodomésticos en una fábrica, con ciertas semejanzas y similitudes. Al mismo tiempo, esta teoría postula que abundan las imitaciones y desaparecen las obras originales. Por el contrario, Morin (citado por Barbero, 1987) demuestra a través del ejemplo del cine, que la mediación tecnológica posibilita que una producción industrial estandarizada sea al mismo tiempo arte.



Por su parte, Jesús Martín Barbero (1987) señala que Adorno y Horkheimer postulan "la degradación de la cultura en industria de la diversión" (p.51). Además, comprende que los autores realizan un análisis de la vida cotidiana de aquella época y subrayan cómo el capitalismo articula los dispositivos del ocio con los del trabajo: "la diversión haciendo soportable una vida inhumana, una explotación intolerable" (Barbero, 1987, p.51).

Adorno y Horkheimer hacen una lectura crítica, decadente, desesperanzadora y angustiante del mundo, un mundo habitado por una sociedad alienada. En ese sentido, también reflejan en su postulado el desencanto y desilusión con la realidad social de los años '40. En cambio, Barbero (citado por Cabezas, 2016) "entiende que para que un medio sea legitimado (consumido), y con ello sus programas, hay una población que los visualiza, y eso no implica que la decodificación sea alienante" (p.8).

### ***Un recorrido por lo popular***

Walter Benjamin (citado por Barbero, 1987) visibiliza lo negado, lo no pensado por Adorno y Horkheimer: lo marginal, lo menor, lo popular.

Convencidos de que la omnipotencia del capital no tendría límites, y ciegos para las contradicciones que venían de las luchas obreras y la resistencia-creatividad de las clases populares, los críticos y censores de Benjamin no pueden ver en las tecnologías de los medios de comunicación más que el instrumento fatal de una alienación totalitaria. (Barbero, 1987,p.62)

En ese interés de Benjamin de "liberar el pasado oprimido" (Barbero, 1987, p.62), se ubica la posibilidad de relacionar "la masa con lo popular" (Barbero, 1987, p.62). Al respecto, Víctor Lenarduzzi (citado por Cabezas, 2016) realiza su aporte sobre dicha noción:

Por un lado lo popular era concebido como aquello a través de lo cual se podía combatir al imperialismo, a la hegemonía, ya que le "atribuían capacidad de respuesta opositora a las formas de dominación" (Lenarduzzi, 1998, p.67, como se citó en Cabezas, 2016, p.4), no sólo en sentido de resistencia sino también expectativa de liberación. Al mismo tiempo lo popular suponía los sectores "proletarios", "dominados", "subalternos", por lo que también implicaba la "alienación", la "dominación" y "explotación" (Lenarduzzi, 1998, como se citó en Cabezas, 2016, p.4).

Esta dinámica de opresión y resistencia que plantea Lenarduzzi, termina concretándose en la cotidianeidad, ya que "la cultura no sólo es un espacio de manipulación sino de conflicto, es posibilidad de transformación y de liberación" (Espinal Pérez, 2008, p.231).

Algunas corrientes clásicas como el romanticismo, con la intención de visibilizar lo popular, terminan negándolo: "Al negar la circulación cultural, lo de veras negado es el proceso histórico de formación de lo popular y el sentido social de las diferencias culturales: la exclusión, la complicidad, la dominación y la impugnación" (Barbero, 1987, p.20).

Edward Thompson y Christopher Hill (citados por Thompson, 1998) destacaron el significado de los movimientos populares en los inicios de la era moderna europea. Estos grupos eran excluidos y se oponían a la sociedad burguesa, existente entre los siglos XVII y XIX . El vínculo entre la esfera pública burguesa y los movimientos populares presentaba ciertas conflictividades. Mientras la burguesía se opuso al poder de la realeza, también tuvo que enfrentarse a los grupos populares que intentaba contener (Thompson, 1998).

"La búsqueda de lo popular se liga frecuentemente con el mito del origen perdido; unos lo buscarán en la tradición oral, otros en la unidad de la cultura y otros en la existencia de un origen natural" (Espinal Pérez, 2008, p.230). Para que los movimientos populares sean comprendidos socialmente, se requiere de cierta flexibilidad y aproximación a sus propias dinámicas (Thompson, 1998). Si bien tanto Williams como Thompson tienen distintas perspectivas sobre la noción de cultura, Hall (citado por Cabezas, 2016) sostiene que ambos se preguntan sobre cómo se viven las relaciones sociales y cómo son sus experiencias.

Los cambios de equilibrio y de las relaciones de las fuerzas sociales durante la citada historia se manifiestan, una y otra vez, en las luchas en torno a las formas de la cultura, las tradiciones y los estilos de vida de las clases populares. (Stuart Hall, 1984, p.94, como se citó en Espinal Pérez, 2008, p.233)

El origen de ello, está vinculado con la propuesta de Benjamin, que comprende "lo popular en la cultura no como su negación, sino como experiencia y producción" (Barbero, 1987, p.49). Precisamente, lo popular no refiere sólo a un grupo determinado de personas, sino "a un espacio de resistencias, dominación y negociación" (Cabezas, 2016, p.9).

Barbero (citado por Cabezas, 2016) entiende "a lo popular devenido en masivo" (p.5), lo que supone una relación entre la cultura masiva y lo popular. Asimismo, el autor señala que en la existencia de lo popular radican competencias culturales que difieren de las hegemónicas (Cabezas, 2016). Además, resalta dos aspectos: por un lado, la dimensión estética de lo popular, donde propone dejar de separar la vida cotidiana y el arte, y entender el arte popular como medio para la realización plena del hombre (Cabezas, 2016). Por otro lado, señala la posición o construcción que los intelectuales realizan acerca del sujeto como objeto pasivo, ignorándolo como parte activa del proceso de comunicación.

"Lo popular será comprendido como sujeto de producción de cultura, pero no de cualquier cultura, sino fundamentalmente de aquella que le permite resistir los embates en la vida cotidiana de una modernidad excluyente" (Saintout, 2008, p.152).

Bourdieu (citado por Espinal Pérez, 2008) define a las clases populares, y específicamente a la clase obrera a través de la noción de *habitus*, entendida como las elecciones basadas en el sistema de necesidades: "La necesidad impone un gusto de necesidad que implica una forma de adaptación a la necesidad y, con ello, de aceptación de lo necesario, de resignación a lo inevitable" (p.232). El autor comprende que en las clases populares y su relación con los productos culturales de masa "se evidencia el reconocimiento de la privación" (Espinal Pérez, 2008, p.233). Por su parte, García Canclini (citado por Espinal Pérez, 2008) considera que Bourdieu niega la cultura popular como diferencia y disenso, porque comprende la cultura popular como eco de la dominante.

A su vez, Bourdieu (citado por Espinal Pérez, 2008) sostiene que los intelectuales y los agentes oficiales dominantes como por ejemplo la religión, "acentúan las diferencias entre las prácticas legítimas y las del pueblo" (p.230). Esto indica que, por un lado, lo popular negativo o 'vulgar', impide la expansión del consumo y la legitimidad. Por el otro, lo popular positivo busca crear la necesidad dentro del mercado de consumo, la distinción y el ennoblecimiento de las prácticas culturales como en las disciplinas de la pintura o la música (Espinal Pérez, 2008). Para concluir, Bourdieu (citado por Espinal Pérez, 2008) señala que:

Igualmente, para escapar al etnocentrismo de clase y a su forma inversa, el populismo, a veces hace desaparecer los efectos de la dominación: "interesándose en mostrar que 'el pueblo' no tiene nada que envidiar a los 'burgueses' en materia de cultura y de distinción". (Bourdieu, 1988, 155, como se citó en Espinal Pérez, 2008, p.230)

En definitiva, la cultura popular no representa una contracultura, ya que en la dominación cultural pueden coexistir la legitimidad y la protesta. A su vez, en ciertas ocasiones, la toma de conciencia política colabora con la búsqueda de la "dignidad cultural" de la clase popular, acción que confirma la sumisión a los valores dominantes y que sostiene la dominación (Espinal Pérez, 2008).

Por su parte, Blanca Muñoz (2009) hace una apreciación sobre el universo de sentidos, donde "la conciencia popular y la conciencia de clase obrera se hacen equivalentes" (p.33): "La conciencia de clase no puede desvincularse de las tradiciones populares y de los recuerdos de una memoria colectiva que aporta transparencia interpretativa a relaciones sociales y económicas más amplias" (p.30).

Por lo tanto, podemos indicar que cuando las culturas de clase se encuentran en un mismo campo de lucha, forjan alianzas que devienen en lo popular. A su vez, el bagaje histórico de las clases populares está en constante relación con las instituciones de producción cultural que determinan las luchas culturales (Espinal Pérez, 2008). Por su parte, Hall (1984, p.104, como se citó en Espinal Pérez, 2008, p.234) subraya que lo importante en la cultura popular "es la lucha de clases en la cultura y por la cultura". Estas luchas pueden tomar varias formas: "incorporación, tergiversación, resistencia, negociación, recuperación" (Espinal Pérez, 2008, p.234).

En conclusión, lo popular es una noción compleja, mezcla de influencias y redes, abordada desde distintas perspectivas. "Los sectores populares son un conglomerado de tradiciones reformuladas con intercambios modernos y actores múltiples" (Espinal Pérez, 2008, p.240).

### ***¿Por qué se volvieron populares las hamburgueserías en Argentina?***

Retomando la noción de industria cultural en su vínculo con lo popular, a modo de ejemplo, en la ciudad de Buenos Aires, a mediados de la década de 2010 comenzaron a abrirse locales de cervezas artesanales y hamburguesas caseras. Fueron realmente un *boom* comercial y en locales barriales donde no se desarrollaba la industria gastronómica, de repente abrieron cervecerías por doquier. Sobre todo en barrios como Palermo, Villa Urquiza, Núñez, Saavedra, Belgrano y Coghlan, entre otros. Los clientes colapsaron la capacidad de estos locales, y afortunados son quienes invirtieron en tal negocio, pero no estamos aquí para analizar dividendos sino fenómenos sociales.

A continuación, haremos una explicación cultural de este proceso que no puede ser comprendido netamente como un fenómeno económico, ya que sería un análisis reduccionista que minimiza tal transformación cultural. Para el caso, no hubo un cambio dentro de la producción, distribución o intercambio de la cerveza o la carne, ni tampoco hubo una escasez o faltante dentro del sector gastronómico que haya propiciado la migración dentro del rubro. Menos aún, existió un beneficio impositivo que fomentó la apertura de estos locales, ni municipal ni nacional. Incluso, no se registraron cambios dentro de la política macroeconómica que alentara el desarrollo de tal nicho de mercado.

Por eso, para contextualizar esta situación hay que tener en cuenta lo siguiente:

- La comida rápida, con Mc Donald 's como precursor (Handfield & Hancock, 2016), es ícono y emblema de la cultura gastronómica norteamericana. Sólo en EE.UU hay casi 250 mil restaurantes de *fast food* y esta industria genera a nivel mundial unos \$570 mil millones de dólares por año (Stevens, 2020).
- El auge de la comida rápida y su concepto se desarrolló exitosamente entre las décadas de 1920 y 1940 a través de máquinas expendedoras de comida lista en cafeterías. En 1948 los hermanos Richard y Maurice McDonald implementaron un sistema rápido y estandarizado para realizar hamburguesas que ofrecían a sólo 15 centavos de dólar (cerca de u\$d1,60 de hoy). Al año siguiente, abrieron varias cadenas de fast food en todo el territorio estadounidense y finalmente la exportación cultural de la comida rápida se volvió un fenómeno mundial (Stevens, 2020). Actualmente, McDonald 's tiene casi 38 mil restaurantes en todo el mundo.
- En Nueva York, ciudad insignia capitalista y vanguardista de Occidente (lugar del que, en distintas ciudades latinoamericanas, se copia y reproduce todo lo novedoso), los locales de comida rápida se reinventaron y ahora venden hamburguesas estilo caseras. Los consumidores hacen larguísimas colas en el frío neoyorquino para adquirir sus productos.

Esta resignificación de las hamburguesas a una versión tipo *caseras* desvincula la asociación del producto a la comida rápida y permite a los comercios mantener su negocio. Lo llamativo es cómo lo logran.

La reinención de estos locales ocurre luego de que la comida rápida sea blanco de críticas por afectar la salud de la población y termine asociada al significativo de comida *chatarra*. Los altos niveles de azúcar, grasa y sal en ella, la ubican en contraposición a los discursos médicos y los consejos nutricionales a favor del cuidado del cuerpo y la promoción de la vida sana (Stevens, 2020). Al mismo tiempo, los hábitos saludables se vinculan con los

valores de lo natural, lo orgánico, asociados también con el cuidado del medio ambiente y en contra del uso de agroquímicos.

Paralelamente, un estudio en Estados Unidos alertó sobre los efectos de la comida rápida: en 1950, el 12% de la población norteamericana era obesa, pero en 1994 ese porcentaje llegaba al 23%. Un dato más alarmante es que, desde 1975, la obesidad casi se triplicó a nivel mundial. A su vez, la obesidad es una condición contraria a la exigencia de delgadez hegemónica y socialmente impuesta. En conclusión, los comercios se apropiaron de los discursos culturales e imaginarios circulantes para sostener su hegemonía en el rubro (Stevens, 2020).

Antes de que nos siga dando hambre (o culpa), procedemos a la referencia y asociación teórica de la industria de las hamburguesas: la cultura gastronómica estadounidense (como dominante) trabaja a través de la costumbre argentina (ir a cenar entre amigos/as pareja/s a locales gastronómicos), los medios de comunicación masivos (publicidad en radio y televisión, *influencers* en redes sociales como Facebook o Instagram que publican sus propias fotos en estos locales, contentos de recibir esa comida de canje) y la opinión pública (el boca a boca que publicita estos lugares), imponiéndose por consenso social con fines comerciales y de dominio cultural. A su vez, cabe resaltar la *reproducción* de aquellos que visitan estos locales y cuentan sus vidas en las redes a través de stories o publicaciones a sus amigos/seguidores, como modo de sociabilidad.

Este ejemplo de industria cultural demuestra que el sistema busca reproducir sujetos similares para sostenerse. Y aquí estamos, subiendo fotos en las hamburgueserías de toda la ciudad y del mundo a través de hashtags universales en Instagram, donde las distancias físicas no existen. "La vida moderna se desarrolla en la pantalla" (Mirzoeff, 1999, p.17), y si no estamos en la pantalla de los otros, no existimos.

### ***Los medios de comunicación como configuradores sociales y culturales***

La transformación en el dominio cultural se dio tras la implementación de la imprenta, y luego, con la codificación electrónica de la información que generó la producción, reproducción y circulación a una escala sin precedentes. Las pautas de comunicación cambiaron desde la segunda mitad del S XV con el desarrollo de las organizaciones mediáticas, por lo que a este fenómeno Thompson(1998) lo llama *mediatización de la cultura*.

Para comprender la transformación de los estudios culturales junto con la articulación entre sociedad, cultura y comunicación, debemos saber que esta última noción se convirtió en "dimensión constitutiva de las prácticas sociales" (Saintout, 2008, p.147). Desde ese punto, la cultura comenzó a comprenderse no sólo como reflejo o reproducción de lo existente sino también como producción y recreación social del sentido. Según Barbero (1987), el entrecruzamiento, relación o vínculo entre cultura y medios de comunicación se lleva a cabo tras la articulación entre el plano de lo que los medios reproducen y el plano de lo que los medios producen.

La cultura de la massmediación se forja en la tensión entre esas dos dinámicas: la de los intereses económicos de un capitalismo más y más monopólico que se aprovecha de la débil y funcional presencia del Estado, y la de una poderosa sociedad civil que defiende y amplía los límites de la libertad. (Barbero, 1987, p.156-157)

En los años '90, la problemática cultural/comunicacional se transformó en una dimensión clave en las investigaciones de la sociología. El hecho de que la comunicación haya virado hacia la cultura, ocurrió en medio de una crítica profunda al estructuralismo como paradigma hegemónico de interpretación de lo social. En esta perspectiva, la cultura era sólo el reflejo de la relación comunicación/sociedad, y no contemplaba los conflictos contextuales históricos (Saintout, 2008).

"Como seres humanos no podemos parar de producir significados y representaciones. Somos entidades significantes que vivimos no sólo en un mundo material a secas, sino elaborado dentro de universos simbólicos y discursivos" (González, 2001, p.35).

Los estudios culturales permitieron pensar a los medios hegemónicos de comunicación como configuraciones culturales históricas, y a la cultura como aquello que designa la dimensión simbólica. Ésta última puede definirse como la representación de relaciones sociales observadas desde diferentes pero complementarios puntos de vista: desde el económico, como un sistema de explotación; desde el poder, como un sistema de dominación; y desde la ideología, como un sistema de hegemonía (González, 2001).

En consecuencia, los medios hegemónicos de comunicación dejaron de analizarse sólo por sus efectos e influencia en la cultura y, por consiguiente, la noción de cultura comenzó a comprenderse en una doble dimensión: "como significante de lo social y como arena de lucha por los sentidos legítimos que una comunidad da al mundo" (Saintout, 2008,

p.147). Expresado de otra manera, es el soporte de una dimensión para la creación e innovación de las prácticas sociales, y a su vez es "terreno de dominación y reproducción" (Saintout, 2008, p.147).

### ***Transformación de los estudios culturales en América Latina***

Lo ocurrido en América Latina no fue sólo romper con la lectura doctrinal de la cultura, sino que se plantearon cuestiones históricas y territoriales sobre la cultura que pusieron en discusión el paradigma dominante en aquel momento. En Argentina y América del sur, 30 años de políticas neoliberales generaron exclusión, endeudamiento y precariedad social. Esta vulnerabilidad producida en las naciones, conllevó a una capacidad casi nula para resistir, creer y por qué no, crear sobre la dimensión de *lo político* (Saintout, 2008).

Esta gran crisis iniciada en la década de los '80, profundizada con grandes transformaciones estructurales en los '90 y que explotó en Diciembre de 2001 en Argentina, generó la aparición de varios estudios sobre la problemática cultural como dimensión específica, por lo que hubo una reapropiación de las herramientas teórico-metodológicas planteadas. Por ello, cabe señalar que el surgimiento de los estudios culturales está estrechamente vinculado a la caída del muro de Berlín y su aparición está intrínsecamente relacionada al neoliberalismo triunfante y al contexto de riesgo en aquellas décadas, sobretodo tras el atentado a las Twin Towers el 11 de septiembre de 2001 en New York y el *crack económico* con su respectiva crisis que afectó a Argentina cuando finalizaba aquel año (Saintout, 2008).

Tras lo ocurrido aquella fecha en Estados Unidos, Saintout (2008) sostiene que las agendas de investigación en el campo social y comunicacional tuvieron nuevos retos y plantea tres cuestionamientos sobre algunos consensos dentro del campo de los estudios culturales hasta aquel momento:

- La hegemonía de las historias mínimas, que supone a los sujetos desligados de cualquier dimensión estructural
- El desinterés en profundizar sobre cuestiones vinculadas al poder y, al mismo tiempo, acerca de la conciencia de clase como componente para entender la cultura



- La aceptación de la lógica de consumo, sin cuestionamientos ni interpelaciones, dando como resultado la naturalización del capitalismo de mercado como el único orden posible.

Para concluir, Saintout (2008) asevera que los nuevos estudios culturales deberán tener en su agenda a "la problematización de los particularismos y sus articulaciones con las dimensiones estructurales del capitalismo tardío" (p.150). Las historias mínimas que no refieren a marcos más amplios, se pierden cuando aparecen las leyes de mercado como espacios totalizantes de las relaciones sociales, porque no existen los *fragmentos* si no es en relación a un universal (Saintout, 2008).

### **¿Los sectores subalternos tienen cultura?**

Raymond Williams (2000) considera que toda hegemonía cultural dominante, nunca lo es de forma total o exclusiva, ya que las formas alternativas y de oposición son elementos significativos en la sociedad. La cultura dominante fija ciertos límites con el fin de neutralizarlas, cambiarlas o incorporarlas como propias. Williams (2000) afirma que "la cultura dominante, por así decirlo, produce y limita a la vez sus propias formas de *contracultura*" (p.136). En efecto, el autor sostiene que las contribuciones de la subalternidad son parte significativa y relevante en el proceso cultural.

En Argentina, el cuestionamiento acerca de los sectores subalternos estaba asociado al aumento de la brecha sociocultural, producto de la transformación socioeconómica que venía transcurriendo en la década del '80. De hecho, *lo popular* comenzó a considerarse dentro de la categoría de cultura porque representaba la resistencia, la réplica a la modernidad que excluía a los sectores subalternos (Saintout, 2008). Barbero (1987) propone "investigar los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas" (p.203).

Posteriormente, Barbero (2004) considera que las mayorías "se apropian de la modernidad sin dejar su cultura oral", ya que las transformaciones en la cultura provienen "de la desterritorialización y las hibridaciones culturales" propiciadas por los medios masivos.

La pérdida del vínculo de la cultura con territorios geográficos y sociales, las nuevas producciones simbólicas, la alteración radical de los escenarios de producción y consumo, impide seguir pensando el enfrentamiento con

naciones geográficamente constituidas y cuestiona la relación de lo popular con lo nacional y la oposición de lo nacional con lo internacional. (Espinal Pérez, 2008, p.241)

A partir de los efectos sociales del modelo político-económico neoliberal, la resistencia toma presencia en sí misma y es indagada por fuera de las estructuras de dominación. Este proceso conllevó a preguntarse por la *recepción cultural* de los sectores subalternos, más que por su cultura en sí misma. *Desde qué condiciones, con quiénes y para qué*, fueron algunas de las preguntas sobre la subalternidad y su recepción cultural.

La subalternidad se transformó en sociedad de consumo y la cultura popular comenzó a visibilizarse a partir del consenso y la conciliación dejando de lado los antagonismos y el conflicto (Saintout, 2008).

## Poder

Para vincular al poder con la comunicación, precisamos de una breve introducción donde los conceptos trascendentales de este mapa de discusiones se conectan. Florencia Saintout (2008) lo resume de la siguiente manera:

La comunicación dejó de ser una cuestión de técnica, de medios como instrumentos, para transformarse en dimensión constitutiva de las prácticas sociales. Pero también la noción de la cultura se entendió desde un desplazamiento o desbloqueo: no como mera reproducción, reflejo de las condiciones materiales de existencia, sino también como producción y recreación social del sentido. La cultura como esfera que unifica las esferas de la producción (la economía) y de las relaciones sociales (la política). Como el terreno donde se lucha por la hegemonía, es decir, por el poder de nombrar legítimamente las visiones y divisiones del mundo. (p.147)

Saintout (2008) entiende que a través de la comunicación circula contenido cargado de sentido, que a su vez forma parte esencial de las prácticas sociales y agrupa al humano como ser social. Anteriormente, la comunicación se asociaba solamente a la cuestión técnica del proceso comunicativo. Asimismo, sostiene que la cultura se genera, se crea socialmente y no es un simple aprendizaje por repetición o reproducción. Finalmente señala que la cultura unifica a la economía y la política, espacio donde se disputa la hegemonía y el poder de pronunciar la *genuina* visión de mundo predominante.

## ***El poder en el discurso***

Eliseo Verón (2004) precisa que la noción de poder "define una dimensión de todo discurso" (p.47) y ubica al concepto en referencia a "la problemática de los efectos de sentido de los discursos" (p.47). Por ello, entiende que el poder se estudia a través de sus efectos, y en consecuencia, valga la redundancia, "los efectos de una producción de sentido siempre son una producción de sentido" (Verón, 2004, p.48). En definitiva, "el poder de un discurso puede estudiarse únicamente en otro discurso que es su efecto" (Verón, 2004, p.48).

En cuanto a estas vinculaciones conceptuales, entendemos que el poder materializa su vínculo con la comunicación luego de comprenderse como relación y no como mera imposición, dando lugar a las estrategias de los débiles para afrontar los órdenes dominantes.

## ***Lógica lineal y unidireccional del poder***

Anteriormente, el concepto de poder estaba relacionado con la noción de dominación y la relación *dominante-dominado*. Habermas suscribe a esta concepción lineal del poder que sugiere que siempre hay un sujeto que tiene lo que el otro desea. A su vez, este supuesto sostiene que el dominante del dominado es el propio dominado por permitir el ejercicio de poder sobre sí mismo. Para romper con este estructuralismo, hay que pensar que el poder no es fijo, es unidireccional, omnipotente, es una construcción histórica articulada por diversas situaciones culturales donde el receptor no es pasivo y se comporta de manera activa.

Por su parte, Marx considera que en todo momento histórico existen al menos dos sectores sociales que se enfrentan por poder y que cada grupo social tiene su propia *conciencia de clase*. No obstante, el autor sostiene que existe una falsa conciencia o pertenencia de clase y propone romper y superar la misma. Esta falsa conciencia de clase es generada por diversos aparatos y mecanismos de poder que fomentan la idea que 'podemos ser como el otro', produciendo una retroalimentación del sistema. Por ejemplo, el hecho de que Carlos Tevez se haya convertido en un futbolista de élite y millonario, da lugar

a que muchos jóvenes que viven en barrios carenciados como en el que vivía Tevez, sueñen con llegar a jugar al fútbol profesionalmente.

En este aspecto, Mabel Thwaites Rey (2007) considera que "es allí donde aparecen los elementos objetivos que permiten a las clases subalternas tomar conciencia de su situación y luchar para transformar el orden vigente" (p.33). Precisamente, es en el campo de la ideología donde la clase obrera debe tomar conciencia de sí misma y ejercer su hegemonía sobre el resto de la sociedad (Thwaites Rey, 2007).

Sin embargo, para Laclau & Mouffe (1987), sólo en ciertos casos estas luchas toman un carácter político y ponen fin a las relaciones de subordinación. Al señalar el carácter político de las reivindicaciones, los autores refieren a una dimensión más amplia que superan las categorías de partidos y Estado.

### ***Tipos de poder***

No obstante, François Furet (citado por Laclau & Mouffe, 1987) sostiene que con la Revolución Francesa surgió "la afirmación del poder absoluto del pueblo". Este acontecimiento se convirtió en un hecho original y universal ya que con él se estableció una nueva legitimidad, la invención de la cultura democrática y la primera experiencia de la democracia (Laclau & Mouffe, 1987).

En este sentido, Laclau & Mouffe (1987) plantean que el carácter plural y multifacético de las luchas sociales cuestionan el imaginario político del orden social y el supuesto de la sociedad que manifiesta que "puede ser abarcada y dominada intelectualmente a partir de ciertas posiciones de clase y reconstituida como orden racional y transparente a partir de un acto fundacional de carácter político" (p.9-10).

Toda forma de poder se construye en forma pragmática e internamente a lo social, apelando a las lógicas opuestas de la equivalencia y de la diferencia; el poder no es nunca fundacional. Por tanto, el problema del poder no puede plantearse en términos de la búsqueda de la clase o del sector dominante que constituye el centro de una formación hegemónica, ya que, por definición, dicho centro nos eludirá siempre. (Laclau & Mouffe, 1987, p.242).

Por su parte, Agustín Martinuzzi (entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) considera que el poder permite la visibilización o invisibilización de determinadas voces, expresiones, manifestaciones, actores, prácticas y discursos. En cuanto a las instituciones educativas, Martinuzzi señala que "el poder aparece como configurador de dinámicas

institucionales y culturas institucionales" (entrevista personal, 29 de Noviembre de 2020). Algo similar ocurre con *Menocchio*, un molinero del S XVI, protagonista del libro *El queso y los gusanos* de Carlo Guinzburg (1981), quien "comprendía que la escritura, y la capacidad de apoderarse de la cultura escrita y transmitirla, son fuentes de poder" (p.99).

Para Foucault (citado por A. Martinuzzi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2017) el poder circula, es reticular, atraviesa los cuerpos y todos lo poseen; pero a su vez el poder oprime, sujeta y configura. Un ejercicio de poder es un acto positivo que sirve para crear, construir o dar forma a algo. De acuerdo a lo expresado, Gilberto Giménez (s.f.) considera que "todo actor social está dotado de alguna forma de poder, en el sentido de que dispone siempre de algún tipo de recursos que le permite establecer objetivos y movilizar los medios para alcanzarlos" (p.8).

En efecto, quien en alguna escena cotidiana se convierte en *el/la poderoso/a* tiene la posibilidad, de una forma u otra, de ejercer fuerza simbólica asumiendo esa posición, pero ello no necesariamente tiene una connotación negativa. El poder puede ser utilizado para destruir o construir. Foucault entiende que la teoría de la soberanía moderna pretende democratizar el poder en un punto donde todo el mundo pueda ejercerlo, pero hay estructuras diferenciadas en las que hay actores que poseen mucho más poder que otros (A. Martinuzzi, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2020).

A modo de ejemplo, cuando la gente construye una conversación colectiva, organiza un espacio de participación para realizar un reclamo y luego discuten sobre cómo resolver un problema particular, se da un proceso de comunicación, de resignificación y de producción de nuevos sentidos que produce una situación de poder. Las prácticas colectivas permiten construir poder (F. Araneta, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2020). Precisamente, Foucault (citado por Laclau & Mouffe, 1987) reconoce que "en todo lugar donde hay poder hay resistencia" (p.251) y las formas de esta última pueden ser sumamente variadas.

### ***Articulaciones y relaciones de poder***

Por su parte, Nicolás Bernardo afirma que "no hay posibilidad de comunicación por fuera del Poder" (N. Bernardo, entrevista personal, 1 de Diciembre de 2017), ya que la comunicación, como condición relacional y en términos de representación e interacción social, articula el poder entre sujetos culturales, individuales y colectivos. La incorporación

de la comunicación en la esfera de la cultura puso en duda el paradigma hegemónico estructuralista de interpretación de lo social, y dio lugar a la subjetividad excluida (Saintout, 2008).

Sumado a esto, Néstor García Canclini (citado por Rodrigo Aramendi en entrevista personal, diciembre 2017) considera que la cultura surge a partir de todas las tensiones del poder. Pero también existe una perspectiva menos culturalista y romántica del poder. En el mundo occidental, las relaciones de poder "comprenden un enorme tejido de pautas culturales, ideológicas y políticas que [...] aseguran la permanencia del orden social burgués como un verdadero sistema de defensa" (Thwaites Rey, 2007, p.15).

Según Thwaites Rey (2007), el poder no solo se expresa en el momento de la coerción. Para Gramsci (citado por Thwaites Rey, 2007), la clase dominante ejerce su poder por intermedio de la coacción, pero además "logra imponer una visión del mundo, una filosofía, una moral, unas costumbres, un 'sentido común' que favorecen el reconocimiento de su dominación por las clases dominadas" (Thwaites Rey, 2007, p.18).

Por su parte, Byung-Chul-Han (2016) considera que todas las formas de poder buscan mantener su continuidad. El autor afirma que existen dos manifestaciones de un único poder: el poder coactivo y el poder libre. El primero tiende a ser inestable ya que se imponen las decisiones sobre el oprimido y éste es forzado en contra de su deseo. A su vez, hay poca intermediación y existe la posibilidad de que el sujeto se rebele completamente (L.M.R., 2017).

Contrariamente, el poder libre "ejercido desde la libertad, es la forma más fuerte o estable, dada la alta intermediación que tiene con el otro al ingresar y conquistar invisiblemente su subjetividad" (L.M.R., 2017). En este caso, el sujeto obedece la voluntad de quien tiene el poder ya que asume la intención del otro como propia, "opera desde él" (Byung-Chul-Han, 2016, p.8). La diferencia entre ambos está en el grado de intermediación.

### ***Poder político: Estado, espacio público y opinión pública***

En otro aspecto, Gramsci (citado por Laclau & Mouffe, 1987) propone un concepto llamado *Estado integral* donde, a través de una práctica democrática de la hegemonía, el sector dominante modifica su propia identidad, por lo que "una clase no *toma el poder* del Estado sino que *deviene* Estado" (p.120).

En consecuencia, para Federico Araneta "lo común se construye a través de la comunicación y la cultura. El estado es una institución que construye lo común, si entonces, pensar políticas públicas es pensar el desarrollo del bien común" (F. Araneta, entrevista personal, 29 de Noviembre de 2020). El origen del vínculo entre el estado y lo público se puede rastrear tiempo atrás, hacia finales de la Edad Media, donde ambos conceptos estaban asociados y conectados sin dejar de lado el poder absoluto estatal (Lanusse y Negri, 2019).

Posteriormente, Habermas populariza el concepto de *espacio público* tomado de Immanuel Kant (citado por Lanusse y Negri, 2019), quien lo define como "el lugar donde las personas se juntan para formular la opinión pública" (pp.12-13). Al respecto, Bourdieu (1992) considera que "habría opiniones constituidas" (p.311) pero rechaza rotundamente la suma de opiniones individuales como mecanismo de agregación estadística para medir y determinar la opinión pública.

"La opinión pública entendida desde una clave de disputa por la hegemonía, es decir en el campo de análisis de las relaciones de poder, tiene un escenario que podríamos decir que le es casi natural" (Identidad, medios de comunicación..., 2008, p.1). Según lo expresado, la opinión pública puede definirse como un proceso social, resultado de una construcción hegemónica del poder.

Retomando el aporte de Kant (citado por Lanusse y Negri, 2019), el autor señala que en el espacio público se realiza "la crítica al poder mediante la razón práctica" (p.13). Para el autor, los sujetos deben ser críticos de las acciones políticas, pero a su vez respetarlas: "Le escribe al poder, le pone límite con la opinión" (Lanusse y Negri, 2019, p.13).

Sumado a esto, Habermas (citado por Lanusse y Negri, 2019) sostiene que en el espacio público radica la solución para los conflictos de las sociedades mediante el diálogo de los ciudadanos, a su vez que considera al debate como estructura de la *esfera pública* ideal. Así funcionaba la esfera pública burguesa, que cuestionaba el rol del estado con argumentos críticos y lógicos. En este sentido, Habermas (citado por Lanusse y Negri, 2019) interpreta que el *poder político* debe ser supervisado por la razón de la ciudadanía.

Una esfera pública es un tipo particular de relación espacial entre dos o más personas, por lo general vinculadas por algún medio de comunicación y entre las cuales se suscitan disputas no violentas, en torno a las relaciones de poder que operan dentro de su determinado medio de interacción.  
(Keane, 1997, p. 58)

## **Medios sociales/Redes masivas**

Inicialmente, la creación de cadenas de televisión fue fomentada desde los estados de todo el mundo para ser utilizadas como medios de comunicación de masas. Esta iniciativa, tenía el fin de profundizar el poder público, la construcción de identidades nacionales y la reproducción de las ideas políticas de los gobernantes hacia la ciudadanía. Antes de ser reemplazada, la televisión legitimaba su poder y ejercía la práctica de dominación a través de su pantalla (Identidad, medios de comunicación..., 2008, p.5). Max Weber (citado por Barbero, Toledo, Cavia, & Barrios, 2019) entiende la dominación como "la probabilidad de que un grupo determinado de personas obedezcan órdenes establecidas" (p.38).

El desarrollo de la tecnología le permitió a los medios masivos de comunicación profundizar "el poder de dominio de la agenda de debate público" (Lanusse & Negri, 2019, p.22) quedando por encima de los demás actores. Al respecto, Omar Rincón (citado en Identidad, medios de comunicación..., 2008) afirma que "la tele se convirtió en la institución social y cultural más importante de nuestras sociedades" (p.8) ya que la pantalla de la TV contiene "formas culturales, deseos colectivos, necesidades sociales, expectativas educativas y rituales de la identidad" (Identidad, medios de comunicación..., 2008, p.8).

Desde su existencia, la TV abordó a la audiencia a través de una relación lineal, "centrada en la institución televisión como un emisor *todopoderoso* que domina, manipula e hipnotiza a su público" (Identidad, medios de comunicación..., 2008, p.2). En los años '80 en Latinoamérica, hubo un giro teórico donde se comienza a asumir la audiencia como sujeto y no como objeto, donde el receptor socio-cultural es parte activa del proceso de comunicación.

Raymond Williams (citado en Identidad, medios de comunicación..., 2008) afirma que "la TV es un medio cultural, con un aspecto semantizador de la vida social con sus conflictos y luchas de significación, y con otro aspecto estructurador y activador económico-industrial" (p.3). Posteriormente, las innovaciones tecnológicas influyen de un modo fundamental en los desplazamientos del mundo de los medios de comunicación en todo su espectro.

Las redes sociales virtuales conforman un nuevo espacio público donde las voces se multiplican, pero éstas contienen sus propias limitaciones y sesgos. De todos modos, las



decisiones políticas continúan siendo determinadas por los grupos de poder, los partidos políticos, los líderes de opinión y los grupos de presión (Lanusse & Negri, 2019). No obstante, quienes consideran el avance de las redes digitales, el mundo virtual y la cibernética como la *tercera revolución*, definen a la opinión pública como el resultado de la fórmula: *Dominación + Big Data* (Barbero, et al., 2019).

La batalla por la hegemonía nunca termina mientras algo humano exista, mientras haya una persona que le de sentido, simbolismo y significación a lo existente. La lucha hegemónica está migrando de pantallas, a un terreno que recién estamos conociendo y comprendiendo. Aunque a veces me pregunto, ¿realmente lo conocemos?. La lógica lineal de los medios masivos de comunicación se rompió, pero...¿Dónde se ubica la línea que demarca el límite a los nuevos medios sobre nuestra privacidad? ¿Hasta dónde están dispuestos a llegar para conocer (e incluso escuchar) nuestros usos, opiniones, gustos y consumos?

## Bibliografía APA

Alabarces, P., Garriga Zucal, J., & Moreira, M.V. (2014). El "aguante" y las hinchadas argentinas: una relación violenta. *Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, 14(30)*, 113-136. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0104-71832008000200005>

Alquézar, M. (2019). De la «interpelación» al «ideal regulatorio»: diálogo entre las propuestas de Louis Althusser y Judith Butler. II Jornadas de Sociología/UNMdP. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Recuperado de <https://fh.mdp.edu.ar/encuentros/index.php/jsoc/jsoc2019/paper/viewFile/6137/1434>

Argentina censura programa televisivo, criticó a Mauricio Macri [Artículo periodístico]. (21 de marzo de 2016). TelesurTV.net. Recuperado de <https://www.telesurTV.net/news/Argentina-censura-programa-televisivo-critico-a-Mauricio-Macri-20160321-0052.html>

Banco Mundial. (2019). PIB (US\$ a precios actuales). (Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE). Recuperado de [https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?most\\_recent\\_value\\_desc=false](https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=false)

- Barbero, J., Toledo, C., Cavia, G., & Barrios, S. (2019). Opinión pública, Big data y Dominación. En G. González (Ed.), *Comunicación política y redes sociales*. (pp. 31-40) [Libro digital]. La Plata, Argentina: EDULP
- Barbero, J.M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili SA.
- Barbero, J.M. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*, (5). Recuperado de <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a01.htm>
- Barnés, H. (22 de mayo de 2016). El mito de la meritocracia y a quién beneficia que sigamos creyendo en él. *El Confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-05-22/mito-meritocracia-a-quien-beneficia\\_1202658/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-05-22/mito-meritocracia-a-quien-beneficia_1202658/)
- Barthes, R. (2003). *Ensayos Críticos*. Buenos Aires: Seix Barral.
- Bolla, L. (2015). Discurso e interpelación ideológica: análisis de la teoría de los discursos de Louis Althusser. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/000-061/609>
- Botto, M. (2007). *Saber y política en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Bourdieu, P. (1992). La opinión pública no existe. *Debates en Sociología*. (17), p. 301- 311
- Burton, J. (2013). Aproximaciones al movimiento de mujeres y al feminismo en Argentina, 1970 post 2001. 10º Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Byung-Chul-Han. (2016). *Sobre el poder*. Barcelona: Herder Editorial.
- Cabezas, M. (2016). Jesús Martín Barbero, lo popular como eje de diálogo, apropiación y distinción de los Estudios Culturales Ingleses. *Actas de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata*, 2(1). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/3956/3245>
- Calsamiglia Blancafort, H., & Tusón Valls, A. (2002). *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*. (3ra ed.) Barcelona: Ariel.

- Canedo, N. (17 de abril de 2013). La Teoría de los Discursos Sociales (parte 1) [Entrada de blog]. Recuperado de <https://pensarensignos.wordpress.com/2013/04/17/fsoc-semiotica-2-clase-4-164-la-teoria-de-los-discursos-sociales-parte-1/>
- Castillo, P. (s.f.). Exploraciones de la discursividad. El signo "mujer" como caso de estudio. Recuperado de [http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb\\_dl=96](http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=96)
- Cingolani, G. (2011). Entre lenguaje y comunicación: ¿Por qué interesa estudiar la enunciación? Cuaderno de Cátedra Comunicación y Cultura. La Plata: Ediciones EPC. Recuperado de <http://repositorio.una.edu.ar/handle/56777/1205>
- Convención Americana sobre Derechos Humanos. (1969). Conferencia Especializada Interamericana de Derechos Humanos, San José, Costa Rica. Recuperado de [https://www.oas.org/dil/esp/tratados\\_b-32\\_convencion\\_americana\\_sobre\\_derechos\\_humanos.htm](https://www.oas.org/dil/esp/tratados_b-32_convencion_americana_sobre_derechos_humanos.htm)
- Cortés Ramírez, E. (2014). La hegemonía cultural hoy: la hegemonía como método analítico en los estudios culturales. *Pensamiento Actual. Universidad De Costa Rica*, 14(22), 13-27. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/17776>
- Darbishire, H. (1994). Libertad de expresión, libertad primordial. *El Correo de la UNESCO*, 47, 18-22.
- de Lauretis, T. (2014). *Cuando las lesbianas no éramos mujeres*. En M.H. Bourcier & S. Robichon (Dirección), Coloquio "En torno a la obra política, teórica y literaria de Monique Wittig". París, Francia. Recuperado de <http://www.caladona.org/grups/uploads/2017/02/de-lauretis-teresa-cuando-las-lesbianas-no-eramos-mujeres.pdf>
- Debray, R. (1995). *El estado seductor*. Buenos Aires: Manantial.
- Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano. (1789). Asamblea Constituyente francesa. Recuperado de <http://www.ub.edu/ciudadania/hipertexto/evolucion/textos/humano1789.htm>

Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. (2000). 108° Sesiones de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Recuperado de <https://www.cidh.oas.org/basicos/declaracion.htm>

Del Rey Morató, J. (2004). Adorno y la crítica de la cultura de masas. *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación. Universidad Complutense de Madrid*, (9), 41 - 67. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/CIYC0404110041A/7308/0>

Detuvieron a tres contadores mendocinos por ayudar a evadir Ganancias por más de \$100 millones [Artículo periodístico]. (21 de noviembre de 2017). Infobae. Recuperado de <https://www.infobae.com/sociedad/2017/11/21/detuvieron-a-tres-contadores-mendocinos-por-ayudar-a-evadir-ganancias-por-mas-de-100-millones/>

Dubet, F. (2011). *Repensar la justicia social*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Dussel, E. (1993). Apel, Ricoeur, Rorty y la filosofía de la liberación: con respuestas de Karl-Otto Apel y Paul Ricoeur. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Recuperado de : <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/otros/20111218052727/APEL.pdf>

DuVernay, A. M. (directora). (2016). Enmienda XIII [documental]. Estados Unidos: Netflix

Eliades, A. (2011). Libertad de Expresión, derecho a la información y derecho a la comunicación: apuntes actuales sobre sus bases constitucionales y pautas interpretativas. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina. Recuperado de [https://www.academia.edu/28513450/Analía\\_eliades\\_-\\_libertad\\_de\\_expresion\\_informacion\\_y\\_comunicacion](https://www.academia.edu/28513450/Analía_eliades_-_libertad_de_expresion_informacion_y_comunicacion)

Espinal Pérez, C. (2008). La(s) Cultura(s) Popular(es). Los términos de un debate histórico-conceptual. Universidad EAFIT, Colombia. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n67/n67a11.pdf>

Estatutos, Reglamentos y Constituciones Argentinas. (1811-1898). Instituto de Historia Argentina "Dr. Emilio Ravignani", Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://www.elhistoriador.com.ar/decreto-de-la-libertad-de-imprenta-26-de-octubre-de-1811/>

- Fernández, A. (Marzo, 2020). Anuncio de la cuarentena obligatoria en Argentina. En A. Fernández (Presidencia), Conferencia de prensa llevada a cabo en Quinta de Olivos, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=W4CdwelZ-Bo>
- Fernández Pastor, M.A. (14 de julio de 2020). Una utopía posible. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/278300-una-utopia-posible>
- Filgueira, B. (20 de octubre de 2019). Cuáles son los mejores y peores países para ser mujer. Infobae. Recuperado de <https://www.infobae.com/tendencias/2019/10/20/cuales-son-los-mejores-y-peores-paises-para-ser-mujer/>
- Florio, P. (6 de septiembre de 2018). De Gente Sexy a Sexy Pipol: la vuelta de Clemente Cancela a la radio. La Nación. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/radio/de-gente-sexy-sexy-pipol-vuelta-clemente-nid2169477>
- Fogelman, D. (productor). (2017). Así somos [serie de televisión]. Estados Unidos: 20th Century Fox Television, Rhode Island Ave. Productions, Zaftig Films
- Galtung, J. (2016). La violencia: cultural, estructural y directa. Cuadernos de estrategia, (183), 147-168. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5832797.pdf>
- García Canclini, N. (1989). Culturas Híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México D.F.: Grijalbo. Recuperado de [https://monoskop.org/images/7/75/Canclini\\_Nestor\\_Garcia\\_Culturas\\_hibridas.pdf](https://monoskop.org/images/7/75/Canclini_Nestor_Garcia_Culturas_hibridas.pdf)
- Gargantilla, P. (17 de mayo de 2019). La ley de la psicología que transgrede las bases más elementales de las matemáticas. ABC. Recuperado de [https://www.abc.es/ciencia/abci-efecto-dunning-kruger-ley-psicologia-transgrede-bases-mas-elementales-matematicas-201905172120\\_noticia.html](https://www.abc.es/ciencia/abci-efecto-dunning-kruger-ley-psicologia-transgrede-bases-mas-elementales-matematicas-201905172120_noticia.html)
- Gigliotti, D. (productor) & Melfi, T. (director). (2016). Talentos ocultos [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Fox 2000 Pictures, Chernin Entertainment, Levantine Films, & TSG Entertainment
- Gilardo, H. (26 de mayo de 2010). La Justicia condenó a un contador que ayudó a una empresa a evadir impuestos. IProfesional. Recuperado de

<https://www.iprofesional.com/notas/98908-La-Justicia-condeno-a-un-contador-que-ayudo-a-una-empresa-a-evadir-impuestos>

Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Instituto Coahuilense de Cultura (coedición).

Giménez, G. (s.f.). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de investigaciones sociales de la UNAM, México. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>

González, J. (2001). Frentes Culturales: Para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad De Colima, México, 7(14), 09-45.

Gramsci, A., & Gerratana, V. (1981). *Cuadernos de la cárcel* (1st ed., pp. TOMO 2, P. 188). México D.F.: Era.

Gramsci, A. (1971). *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce* (1ra ed., p. 16). Buenos Aires: Nueva Visión.

Gramsci, A. (2005). *Antología: selección, traducción y notas de Manuel Sacristán* (15ta ed., p. 373). Buenos Aires: S XXI Editores Argentina.

Guinzburg, C. (1981). *El queso y los gusanos*. Barcelona: Muchnik Editores.

Hall, S. (1980). Codificar/Decodificar. *Culture, Media y Lenguaje* (Traductora Delfino, S.). Hutchinson, Londres.

Hall, S. (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*. Universidad Complutense de Madrid, España, (9), 215-236. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0404110215A>

Handfield, D. (productor) & Hancock, J.L. (director). (2016). *Hambre de poder* [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: FilmNation Entertainment & el Combine.

Horton, J. (sin fecha). *Las teorías de orden y conflicto de los problemas sociales como dos ideologías opuestas*. [Ficha de Cátedra], Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.

Huergo, J. (sin fecha). *Un concepto clave para comprender la comunicación*. [Ficha de Cátedra], Opinión Pública Cátedra II, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.

Identidad, medios de comunicación y producción simbólica. (2008). [Ficha de Cátedra], Opinión Pública Cátedra II, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2020). EPH: Incidencia de la Pobreza y de la Indigencia. Recuperado de: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-46>

John, D. (productor). (2020). The signs you're more intelligent than you think [series]. Reino Unido: BBC Reel & BBC Ideas. Recuperado de <https://www.bbc.com/reel/video/p08c9zdw/the-signs-you-re-more-intelligent-than-you-think>

Kazanjian, H., Levy, M., Silver, J.(productores) y Brambilla, M.(director). (1993). El demolidor [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures

Keane, J. (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Revista Estudios Sociológicos*, 15, (43), 47-77.

Kike. (31 de diciembre de 2014). 9 casos reales de niños criados por animales y la espectacular historia del niño salvaje español. La voz del muro. Recuperado de <https://lavozdelmuro.net/9-casos-reales-de-ninos-criados-por-animales-y-la-espectacular-historia-del-nino-salvaje-espanol/>

La increíble historia del "niño lobo" que se crió entre animales y ahora sufre vivir con los humanos [Artículo periodístico]. (29 de agosto de 2018). Todo Noticias. Recuperado de [https://tn.com.ar/internacional/la-increible-historia-del-nino-lobo-que-se-crio-entre-animales-y-ahora-sufre-vivir-cerca-de-los\\_893460](https://tn.com.ar/internacional/la-increible-historia-del-nino-lobo-que-se-crio-entre-animales-y-ahora-sufre-vivir-cerca-de-los_893460)

La semiosis social según Eliseo Verón. (17 de mayo de 2014). Revista Kubernética. Recuperado de <https://www.santiagokoval.com/2014/05/17/la-semiosis-social-segun-eliseo-veron/>



- L.M.R. (25 de octubre de 2017). Byung-Chul Han: sobre el poder y la amabilidad. Apuntes filosóficos [Entrada de blog]. Recuperado de <https://apuntesfilosoficos.cl/sobre-el-poder-byung-chul-han/>
- Laclau, E. & Mouffe C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid: Siglo XXI
- Lagunas Arias, D., & Sánchez S. (2010). *Hegemonía, alienación y resistencia en Real del Monte. Un posible enfoque antropológico*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de <https://personal.us.es/dlagunas/uploads/dlagunas/publicaciones/hegemonia.pdf>
- Lamiral, C. (19 de mayo de 2020). Evasión: AFIP pierde de recaudar \$600.000 millones por IVA. *Ámbito*. Recuperado de <https://www.ambito.com/economia/iva/evasion-afip-pierde-recaudar-600000-millones-n5103468>
- Lanusse, N., & Negri, G. (2019). El espacio público mediatizado: Apuntes teóricos sobre el alcance de las redes sociales virtuales. En G. González (Ed.), *Comunicación política y redes sociales*. (pp. 11-30) [Libro digital]. La Plata, Argentina: EDULP
- Las pastillas del abuelo. (2015). *Absolutismos* [canción]. En *Paradojas* [CD]. Buenos Aires: Discos Crack
- López Sáenz, M.C. (1988). La crítica de la racionalidad tecnológica en Herbert Marcuse. *Enrahonar*, 14, 81-93. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/enrahonar/0211402Xn14/0211402Xn14p81.pdf>
- Los homicidios disminuyeron un 28 por ciento en la ciudad de Buenos Aires en 2019 (15 de enero de 2020). *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/seguridad/los-homicidios-disminuyeron-28-ciento-ciudad-buenos-nid2324278>
- Macfarlane, A. (1993). *La cultura del capitalismo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica
- Marcuse, H. (1993). *El hombre unidimensional*. Buenos Aires: Planeta- Agostini. Recuperado de <http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/Marcuse%20Herbert%20-%20EI%20Hombre%20Unidimensional.PDF>
- Marqués, J.V. (1982). *No es natural*. Barcelona: Editorial Anagrama

- Martinuzzi, A. (sin fecha). *Hegemonía, un enfoque teórico para pensar lógicas en corrientes de opinión*. [Ficha de Cátedra], Opinión Pública Cátedra II, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.
- Mayo Clinic. (2020). Enfermedad del coronavirus 2019 (COVID-19). Estados Unidos: Mayo Clinic. Recuperado de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/coronavirus/symptoms-causes/syc-20479963>
- Mendiola, J. (7 de marzo de 2019). ¿Qué es un meme exactamente? Te contamos todo sobre este fenómeno. Digitaltrends ES. Recuperado de <https://es.digitaltrends.com/entretenimiento/que-es-un-meme/>
- Mirzoeff, N. (1999). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós
- Modern Language Association (MLA). Convention Statistics (1978). Recuperado de <https://www.mla.org/Convention/Convention-History/MLA-Convention-Statistics>
- Montagut, E. (14 de septiembre de 2017). El origen de la segregación racial en los Estados Unidos. Nueva revolución [Entrada de blog]. Recuperado de <https://www.elsaltodiario.com/nueva-revolucion/el-origen-de-la-segregacion-racial-en-los-estados-unidos>
- Morello, A. (20 de agosto de 2020). El arte de generar memes | de Aguantá a Neneca: "construcción de sentido e ironía". Filo.news. Recuperado de <https://www.filo.news/El-arte-de-generar-memes--de-Aguanta-a-Neneca-construccion-de-sentido-e-ironia-l202008190003.html>
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. (1ra ed.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Muñoz, B. (2009). La Escuela de Birmingham: La sintaxis de la cotidianidad como producción social de la conciencia. *I/C. Revista Científica de Información y Comunicación* 6, 21-68. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/1.1%20Munoz.pdf>
- Muñoz, B. (2011). La industria cultural como industria de la conciencia: El análisis crítico en las diferentes generaciones de la teoría de la Escuela de Frankfurt. *Constelaciones* -

*Revista de teoría crítica*, 3, 61-89. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4244305.pdf>

Muñoz, B. (s.f.). *Escuela de Frankfurt*. Universidad Carlos III, Madrid, España. Recuperado de <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/ESCUELA%20DE%20FRANKFURT.pdf>

Muñoz, M. N. (2019). "El problema del gobierno, su tekhné y la constitución de la subjetividad en las sociedades modernas. Diálogo Foucault-Deleuze" [Tesis de Posgrado]. Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://ri.unsam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/862/TMAG%20IDAES%202019%20MMN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Olivera, G. (2018). Entre enunciación, desfase y mediatización: pensar de otro modo. *Revista de Signis*, 29, 177-193. Recuperado de <http://www.designisfels.net/revista/29/designis-i29p177-193.pdf>

Organización de Aviación Civil Internacional ( OACI ). (2018). Transporte aéreo, partidas de vuelos en todo el mundo de compañías registradas en el país (Banco Mundial, Estadísticas mundiales de aviación civil y estimaciones de personal de la OACI). Recuperado del sitio de internet de Datos, Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/IS.AIR.DPRT?end=2017&start=2017&view=bar>

Ortega Figueiral, J. (03 de enero de 2018). El año 2017 se cierra con tan sólo diez accidentes fatales de avión. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180103/434036500372/2017-solo-10-accidentes-aviones.html>

Pandemia de 1918 (virus H1N1). (2019). Centros para el control y la prevención de enfermedades (CDC). Recuperado de <https://espanol.cdc.gov/flu/pandemic-resources/1918-pandemic-h1n1.html>

Pardo, D. (4 de septiembre de 2018). Por qué hay hambre en Argentina si se produce comida para 440 millones de personas (10 veces su población). *BBC*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-45303359>

Peirce, C. (1974). La ciencia de la semiótica. Buenos Aires: Nueva Visión. Recuperado de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.pdf>

Ponzetti de Balbín, Indalia c. Editorial Atlántida, S.A. [Fallo judicial]. Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina. (11 de diciembre de 1984). Recuperado de <http://cdh.defensoria.org.ar/wp-content/uploads/sites/10/2018/01/ponzetti-de-balb--n.pdf>

Por qué usted debe conocer la historia de los Códigos Negros (18 de febrero de 2019). Greelane [Entrada de blog]. Recuperado de <https://www.greelane.com/es/humanidades/historia-y-cultura/the-black-codes-4125744/>

Reguillo, R. (2000). *Identidades Culturales y espacio público: un mapa de los silencios*. Guadalajara: Diálogos de la comunicación

Romero, J. (s.f.). La filosofía de Louis Althusser. Webdianoia [Sitio web]. Recuperado de <https://www.webdianoia.com/contemporanea/althusser/4-2-althusser-filosofia-La-ideologia-como-interpelacion-Existencia-material-de-la-ideologia.htm#:~:text=Existencia%20material%20de%20la%20ideolog%C3%ADa>

Ruiz Marín, E. (2004). Una propuesta metodológica para la investigación de las mediaciones. *Punto Cero*, 09(08), 64-68. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100011&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100011&lng=es&tlng=es).

Saintout, F. (2008). "Los estudios socioculturales y la comunicación: un mapa desplazado". *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 5(8-9), 144-153. Recuperado de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/viewFile/64/62>

Saintout, F. (2013). "Los Medios y la disputa por la construcción de Sentido". *Revista Praxis en las encrucijadas de la civilización, Universidad Nacional de La Plata (1)*. Recuperado de [https://perioportivoexesma.files.wordpress.com/2013/05/saintout\\_florenia-los\\_medios\\_y\\_la\\_disputa\\_por\\_la\\_construccic3b3n\\_de\\_sentido.pdf](https://perioportivoexesma.files.wordpress.com/2013/05/saintout_florenia-los_medios_y_la_disputa_por_la_construccic3b3n_de_sentido.pdf)

Sánchez-Cerezo de la fuente, J. (20 de junio de 2003). El pensamiento de Thomas Samuel Kuhn. Webdianoia [Sitio Web]. Recuperado de

<https://www.webdianoia.com/contemporanea/kuhn.htm#:~:text=En%20esta%20concepci%C3%B3n%20la%20noci%C3%B3n,soluciones%20a%20una%20comunidad%20cient%C3%ADfica>

Sánchez Hidalgo, E. (28 de agosto de 2017). La historia detrás del meme del novio distraído: es una foto de un barcelonés. Verne - El País. Recuperado de [https://verne.elpais.com/verne/2017/08/28/articulo/1503909476\\_068551.html](https://verne.elpais.com/verne/2017/08/28/articulo/1503909476_068551.html)

Schmucler, H. (2019). La memoria, entre la política y la ética [Libro digital]. Buenos Aires: CLACSO. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191129044115/La-memoria-entre-la-politica-y-la-etica.pdf>

Significado de Meritocracia (11 de abril de 2017). Significados.com [Sitio web]. Recuperado de <https://www.significados.com/meritocracia/>

Silva, A. (2006). La cultura de la violencia: la transgresión y el miedo de los adolescentes. *Fermentum, revista venezolana de sociología y antropología*, 16(47), 664-674. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/705/70504705.pdf>

Sousa Dias, G. (13 de octubre de 2019). "Soy lesbiana, no mujer": ¿Por qué algunas lesbianas no se consideran mujeres? Infobae. Recuperado de <https://www.infobae.com/sociedad/2019/10/13/soy-lesbiana-no-mujer-por-que-algunas-lesbianas-no-se-consideran-mujeres/>

Stevens, L. (directora). (2020). Historia: Nivel 1 [serie de TV documental]. Reino Unido: ITN Productions, Netflix

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad, una teoría de los medios de comunicación* (1ra ed.). Barcelona: Paidós

Thwaites Rey, M. (2007). El Estado ampliado en el pensamiento gramsciano. En *Estado y marxismo: un siglo y medio de debates* (1.ª ed.). Buenos Aires: Prometeo Libros

Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J., & Tijman, G. (2004). *Días de radio* (1ra ed.). Buenos Aires: Emecé.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

Vigo, P. L. (01 de febrero de 2018). El niño lobo de Sierra Morena malvive solo y olvidado en un pueblo de Galicia. *El Confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/espana/galicia/2018-02-01/nino-lobo-sierra-morena-malvive-pueblo-galicia\\_1514953/](https://www.elconfidencial.com/espana/galicia/2018-02-01/nino-lobo-sierra-morena-malvive-pueblo-galicia_1514953/)

Williams, R. (2000). *Marxismo y literatura* (2da ed.). Barcelona: Península.

Wittig, M. (2006). *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Madrid: Egales.

Wodaabe, la tribu en la que las mujeres tienen el poder y todos los maridos que quieren (08 de julio de 2015). *ABC*. Recuperado de <https://www.abc.es/internacional/20150708/abci-wodaabe-tribu-mujeres-varios-201507081213.html>

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Recuperado de <https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>

Zambaglione, D. (2008) *El aguante en el cuerpo: Construcción de identidad de los hinchas de un club de fútbol argentino* [Tesis de Magíster]. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.370/te.370.pdf>

Zamudio, J.C. (24 de diciembre de 2012). ¿Qué es un meme?. *Chilango*. Recuperado de <https://www.chilango.com/general/que-es-un-meme/>

*"Mapa de discusiones conceptuales del campo de la comunicación"*