

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

COMUNICACIÓN Y TRABAJO SOCIAL (PLAN NUEVO)/COMUNICACIÓN Y PROMOCION SOCIAL (PLAN VIEJO)

AÑO 2008

Unidad uno:

Concepto de comunicación social

Roberto von Sprecher

El texto que sigue corresponde a los siguientes apartados de la unidad uno del Programa, aún cuando no estén desarrollados todos los puntos en él (la idea es ir completándolo):

“Lo social, lo cultural y lo comunicacional. Propuesta de un concepto de comunicación social.

¿Desde dónde pensar la comunicación social? Construcción de un concepto de comunicación social como caja de herramientas conceptuales.

Niveles de análisis: macro, meso y microsocio-comunicacional. Lo comunitario y lo grupal como posibles niveles de análisis de lo comunicacional: mediaciones y redes. Posiciones y relaciones desiguales en la constitución de las redes comunicacionales, culturales y sociales. La comunicación en las luchas socioculturales y la comunicación como capital y como poder.

Lo cultural, lo social y lo comunicacional como dimensiones de un fenómeno común, relaciones. Comunicación y cultura. La cultura como matriz signifiante: el concepto de Raymond Williams. Las prácticas comunicacionales como prácticas significantes. Condicionamientos y construcción de lo social. Comunicación e información.

Análisis de los elementos componentes del concepto de comunicación social propuesto:

Sentido. Los discursos como soportes materiales de sentido.

Condiciones de producción del sentido; puesta en juego y competencia de sentidos. Valores y normas. Distintas posiciones, distintas visiones. Acumulación y legitimación de saberes y poderes.

Los géneros en que pueden inscribirse los discursos. Códigos, convenciones, códigos culturales. Relación discursos, realidad y clases sociales.

Desigualdades y asimetrías en la codificación y en la decodificación.

Lo dominante, la hegemonía y la oposición. Promoción de visiones del mundo, el papel de los medios masivos.

Identidad e identidades. Interpelaciones y agentes de interpelación.

Verticalidad y horizontalidad como extremos en la construcción de las redes comunicacionales. Identidad y hegemonía.

El discurso público.

La comunicación en la construcción de sentidos del orden social: la competencia por la Hegemonía. Comunicación y dictadura.

Consenso y construcción de consensos.

Los medios. Comunicaciones sin transposición y con transposición.

El soporte material del discurso. Tipos de medios: personales de comunicación cara a cara, artesanales, medios industriales.

El papel de los medios masivos y de las nuevas tecnologías.

Poder y luchas simbólicas en las redes socio-comunicacionales, intervención de trabajadores y comunicadores sociales. El poder, lo visible y lo oculto. Luchas por la producción y legitimación de visiones del mundo. Los intelectuales, incluyendo los comunicadores y trabajadores sociales, como posibles aliados de los dominantes y/o de los dominados. Raymons Williams: grados

de reproducción y autonomía variable en la producción cultural. Formas dominantes, arcaicas o anacrónicas, residuales y emergentes.”

Se trata de un texto en construcción donde seguramente se pueden detectar contradicciones e incertidumbres, y en el cual encontrarán grados variables de profundización en los temas. Algunos son abordados en forma muy elemental, mientras que en otro se profundiza un poco más. Esto se debe, en parte, a que el primer texto fue uno relativamente sencillo, preparado para alumnos ingresantes a la universidad, sobre el cual se fue rescribiendo. Agradeceremos que nos hagan llegar observaciones, críticas y sugerencias a: rvonsprecher@yahoo.com.ar

INTRODUCCION

“No se habla aquí de sistemas filosóficos –dije-, pero por supuesto, todo sistema filosófico es una teoría axiomática en el sentido de Seldom: las cosmogonías antiguas, el sistema aristotélico, las mónadas de Leibniz, incluso la dialéctica Hegeliana, o la marxista, todas son concepciones basadas en una cantidad finita de postulados. La idea misma de sistema filosófico precisa que se fije, aunque sea provisoriamente, alguna noción primitiva sobre la que pueda hacer pie la razón. Y como caen dentro de las hipótesis del teorema **están condenados a la paradoja de Seldom: o bien son decibles y en ese caso no pueden pretender un gran alcance, porque son demasiado simples, o bien, si tienen el mínimo necesario de complejidad, ellos mismos originan sus fórmulas inaccesibles.** Sus preguntas sin respuestas. En fin –dije, cobrándome una antigua cuenta-: o la escala es muy pequeña, o tienen agujeros insalvables.” (Guillermo Martínez, *Acerca de Roderer*)

Entre las principales fuentes teóricas de nuestro trabajo se pueden nombrar a la investigadora cordobesa Marita Mata, a Jesús Martín Barbero, Eliseo Verón, Raymond Williams, Stuart Hall, Antonio Gramsci, David Morley, Anthony Giddens y, muy especialmente, Pierre Bourdieu. Por supuesto hay muchas otras influencias, aparecerán en la bibliografía.

Ahora podríamos preguntarnos: **¿Para qué estudiar la comunicación social si es algo que forma parte de nuestras vidas cotidianas?**, ¿Si es algo que forma parte del aire que respiramos?, ¿Si es algo que ya conocemos y que somos capaces de manejar? En seguida diríamos que el conocimiento de sentido común cotidiano, en el sentido gramsciano, no es el conocimiento reflexivo y racional, en el sentido de Bourdieu o del propio Gramsci, que es útil para modificar la realidad. Debemos pasar de una concepción de sentido común sobre comunicación a una que se nutra de los avances de las investigaciones y prácticas.

Si tenemos en cuenta las posiciones y relaciones de los trabajadores sociales debemos considerar que, tanto como la cultura, la comunicación y la información son capitales (por lo tanto poderes, fuerzas actuantes), que significan competencias necesarias para el desempeño profesional, y para tratar de socializar y democratizar herramientas que puedan servir a los sectores populares, a los sectores comunitarios, barriales, o como prefieran denominarlos, como poderes, como competencias, que sirvan para avanzar hacia una sociedad más justa, igualitaria y democrática.

Quizás, ustedes están pensando que nuestro objetivo pasará simplemente por unos aportes sobre la comunicación cara a cara, aquella comunicación directa donde el otro es visible físicamente. No será ése nuestro punto de partida ni eje

central de análisis. Sin excluir la comunicación interpersonal, nos planteamos pensar holísticamente sobre la sociedad, la cultura y la comunicación. Pensar tanto sobre las redes comunicacionales de sociedades particulares, como pueden ser las de un barrio o de una organización comunitaria, como sobre las redes comunicacionales que implican a todo el planeta y en las que generalmente pesan los sectores dominantes de los países centrales; pensar tanto sobre los grandes sistemas de comunicación social como la prensa, la radio, la televisión abierta, por cable, satelital o por internet; como analizar las organizaciones comunicacionales complejas -OCC- y en sus medios industriales de comunicación social -MICS- (los que se suelen denominar "medios masivos") y por ejemplo el papel de dichas organizaciones en la visibilidad o invisibilidad de las acciones de los sectores populares y sus reclamos, o en la visibilidad misma, verbigracia, de los pobres o la pobreza; como también en sistemas que incluyen nuevas tecnologías comunicacionales (lo digital, computación, videos juegos, Internet, etc.).

Intentando una fundamentación inicial general respecto de la necesidad de estudiar comunicación social en Trabajo Social realizaremos algunas breves consideraciones sobre la importancia de los medios industriales o no de comunicación social y las nuevas tecnologías de la información y de comunicación en la sociedad.

En la constitución y desarrollo de la sociedad industrial y el capitalismo interactúan -entre otros factores- la modificación de las tecnologías y de la organización de las fuerzas de productivas, de las relaciones sociales de producción material de bienes y conocimiento, y por lo tanto el desarrollo de una nueva cultura relacionada con la aparición y crecimiento de organizaciones y medios

industriales de comunicación. De extendernos sobre el desarrollo de este tipo de sociedad deberíamos considerar otros procesos centrales como la alfabetización, la expansión de los mercados hasta intentar convertir todo el globo en un mercado, sumando el progresivo aumento del consumo y de los consumidores.

Ya tenemos en claro que uno de los poderes principales que tienen quienes manejan los medios industriales de comunicación social dar a ciertos temas o personas visibilidad pública, mientras dicha visibilidad es negada a otros temas y personas. Y así por ejemplo algunas organizaciones populares o sectores barriales desarrollan diversas estrategias para acceder a esa visibilidad que puede contribuir a que se preste atención a sus problemas. Claro que un problema es cuando quienes manejan los medios, a través de la lógica de producción periodista, dan una versión desde sus intereses de los hechos o palabras de aquellas organizaciones o sectores y la de los propios interesados. Así se puede convertir un corte de ruta que pretendía que atendiera la falta de agua potable en un sector de la sociedad en un "atentado contra la libre circulación".

En el siglo diecinueve la prensa (de producción y tiradas masivas), la telegrafía y el cine fueron los hitos centrales del desarrollo de las organizaciones y medios de comunicación. Estos medios, potencialmente, podrían ser receptados por todos los miembros de la sociedad. En el siglo XX vino la radio con transmisiones públicas instantáneas, superando barreras de tiempo y de distancia.

Desde finales de la Segunda Guerra mundial, **con la expansión de la televisión y el comienzo de la difusión de las computadoras y de la informática, el medio ambiente comunicacional** (en el cual nos hallamos inmersos) adquirió ritmos de desarrollo y transformación

vertiginosos. Luego de aquel conflicto bélico, hemos vivido más cambios de los que ocurrieron en el resto de la historia de la humanidad precedente.

Actualmente, todos nos encontramos inmersos en un proceso de transformación y reacomodamiento socio-comunicacional de largo alcance. En algunos aspectos, está ocurriendo algo similar al paso de la sociedad feudal a las sociedades industriales (en plural, dado que tanto el capitalismo como los socialismos reales son sociedades industriales), cuando todas las instituciones debieron transformarse y la vida cotidiana de los individuos fue modificada estructuralmente respecto de sus pautas anteriores. Aunque el modo de producción predominante en el mundo sea siga siendo el capitalismo.

Un estudio realizado hace casi quince años atrás en el Centro de Estudios Avanzado, de la Universidad Nacional de Córdoba, dirigido por Marita Mata mostró que: El 98% de la población poseía aparato de televisión, de ellos un 32% (o sea casi una tercera parte de los cordobeses) eran propietarios de dos aparatos de TV; la totalidad poseía al menos un aparato de radio; un 32% videograbadoras; un 17,5% video-reproductor y sólo un 4% cámaras de video; un 9% computadora. El 50% de las familias estaban "cableadas"¹, lo que quiere decir que eran poseedores de servicio de televisión por cable, lo cual nos ubicaba en porcentajes similares a los de Estados Unidos de Norteamérica. (Mata, 1995a)

Los porcentajes han aumentado desde el momento en que M.Mata realizara su investigación. Por otra parte hay personas que acceden a las computadoras y a internet a través de los cybers, sin tener conexión ni aparatos en su

hogar. Otros, con mayor poder, pueden acceder a Internet a través del celular. De cualquier manera el acceso todavía no es para la mayoría de la población.

El significativo aumento de la oferta televisiva (canales por cable, vía satelital) producido en años recientes se multiplicó en poco tiempo en base al tendido de fibra óptica, a la televisión satelital y el acceso directamente por la computadora con banda ancha². Aún siendo absorbida por los sistemas de computadoras **multimedia**, o -dentro de los mismos- canalizada por redes teleinformáticas, la televisión seguirá existiendo. En Estados Unidos de Norteamérica la venta anual de computadoras ya ha superado a la de aparatos de televisión. Un porcentaje de usuarios utilizan ya los citados multimedia que fusionan computadoras con televisión, dvd o sistemas más nuevos, radio, equipos de audio, llamadas telefónicas a través de la computadora, o se conectan con redes informáticas que permiten el acceso a una cantidad de información y de contactos inimaginables hace diez años. Los celulares que se renuevan a diario se han convertido en un fetiche deseable, incluso para aquellos que realmente no lo necesitan, y ha modificado el paisaje urbano y del campo. En la calle nos cruzamos con gente que parece ir hablando sola, incluso algunos con "manos libres", los conductores de taxis suelen ponerse a consultar los mensajitos y prestan menos atención a la conducción,

² Existe la posibilidad de acceder, teniendo banda ancha, a re-transmisiones denominadas *piratas* de los canales pagos o algunos de los programas (la transmisión directa de los partidos de fútbol ha tenido un aumento significativo en el 2008). También *You Tube* permite subir videos propios como acceder a programas, productos del más diverso tipo, películas, etc. Lo que es accesible aumenta permanentemente.

los *ring tones* suelen interrumpir las clases y exámenes y se debe pedir a los alumnos que los apaguen antes de comenzar. En los recitales ya no se prenden encendedores sino los celulares, los que llegan tarde al cine parecen tener linternas y en realidad son sus celulares. Abuelos y abuelas han adaptado y aprendido a utilizar los celulares, aún en caso en que no se atreven a tocar una computadora. Además de las tabletas de dibujos, a través de las cuales los historietistas pueden realizar sus creaciones sin papel, han aparecido los lápices digitales que permiten escribir sobre cualquier papel –como los hicimos siempre- y que lo escrito se almacene en una memoria y que la misma luego pueda ser copiada a la computadora por un puerto USB, transformando la escritura manuscrita a formato de procesadores de texto. Cada día aparece un nuevo artilugio. Perdón, que antiguo, cada minuto, cada segundo.

Con la producción de estos procesos, aunque resulte paradójico, se está ampliando el "diferencial informativo" –además de las diferencias económicas- entre distintos sectores de la población, una nueva variable de estratificación y desigualdad social. Más allá de que la aparición de los blogs o formatos similares han permitido la creación de sitios web, revistas, etc., tanto personal como comunitariamente, con un crecimiento muy rápido que está posibilitando el acceso, a quienes lo tienen, a versiones alternativas a las de los medios dominantes, tanto a nivel de producción como de recepción.

En los últimos tiempos **nuevos territorios virtuales se superponen a las matrices geográficas.** Se expanden espacios no territoriales: en su momento fueron espacios como estos la considerada "literatura universal", algunas "novelas populares" o los cables de las agencias

internacionales; hoy lo son los territorios electrónicos de la radio, la música, la televisión, los digitales del ciberespacio informático, los hipertextos, los CD ROM y DVDs "interactivos", la realidad virtual, los blogs, etc.

El trabajo, la producción, la ciencia y la gigantesca industria del entretenimiento, la circulación de información hasta un punto de saturación, **se modifican aceleradamente** en el marco del capitalismo tardío, dejando desajustados a quienes no responden a las nuevas demandas de competencia laboral. Ya no se trata del mantenimiento de un ejército de reserva constituido por el lumpenproletariado sino de desplazados estructurales, de subproletarios, excluidos estructuralmente de los beneficios del nuevo orden.

Por otra parte, las posibilidades de **acceso** a las potencialidades de las nuevas tecnologías están sometidas a extremas desigualdades entre naciones, y entre grupos sociales o regionales dentro de cada nación. En el caso de nuestro país, hay que correlacionar estas posibilidades con el notable aumento de pobres e indigentes en Argentina, cuyo número se duplicó a fines del 2001, superando al 50% de la población. Esa cifra se redujo luego pero sigue siendo una parte central de los habitantes del país.

Se suelen considerar como **componentes del poder** (la posibilidad de imponerse sobre otros, de ubicarse jerárquicamente sobre otros) a la fuerza, a la riqueza y al conocimiento. En forma creciente, desde la aparición de las grandes industrias de avanzada del siglo pasado, **el conocimiento** progresivamente ha ido convirtiéndose en el componente del poder con mayor peso específico. Con los medios industriales de comunicación social, con las nuevas tecnologías comunicacionales y con el crecimiento de unas superindustrias y megaempresas basado en la informática,

la especulación financiera en tiempo real, en los nuevos metales y la biogenética, entre otros factores centrales; el conocimiento pasa a ser, cualitativamente, el elemento más importante del poder, en buena medida porque se convierte en un componente clave en la fabricación de las tecnologías bélicas como de la especulación financiera (la fuente principal de producción de riqueza en el neoliberalismo). Información y comunicaciones se ha convertido en el sector más dinámico de la economía.

∞

"La perspectiva más pesimista para el futuro es que nazca una sociedad dividida en tres clases: en el nivel más bajo, una masa de proletarios que no tienen **acceso** a la computadora (y por lo tanto tampoco al libro) y que dependen sólo de la comunicación televisiva; en el nivel medio, una pequeña burguesía que usa la computadora de manera masiva (...), y, finalmente una "nomenklatura" (en el sentido soviético del término)³, que sabe cómo hacer razonar a la máquina (y que posee los medios económicos para hacerse de los elementos cada vez más nuevos y más potentes). (Eco, 1995:6)

∞

³ Se denominaba como nomenklatura al grupo de la sociedad que se convierte en clase dominante, a pesar de que el objetivo fuera eliminar las diferencias entre las clases, y que está constituido por los burócratas ubicados más alto en la escala jerárquica del Estado y del Partido Comunista de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, coincidiendo casi siempre los del partido con los del Estado. El término se usa para otros estados socialistas (o "socialismos reales") El sentido con que usa el término Eco es el de una clase de funcionarios que se convierten en la clase dominante.

En otros niveles de la sociedad, en este nuevo sistema ecocomunicacional los adultos reprochan a los jóvenes que "ya no leen", quizás debería ser al revés. La mayoría de los adultos son el modelo mismo del "hombre televisivo" y ese es el modelo que transmiten a sus hijos, intentan socializar respecto de la lectura con la norma pero sin dar el ejemplo. Muchos jóvenes leen, además ven bastante televisión, se apasionan un tiempo por los videojuegos o el chateo en Internet. Son parte de la "aldea global" efectivos o en esperanzas, efectivos o frustrados, construyen parte de sus identidades a partir de modelos e interacciones desterritorializadas. Se están formando en un universo simbólico radicalmente distinto de aquel en que sus mayores internalizaron normas y valores, un **ecosistema altamente diferenciado** del de los maestros pertenecientes a otra generación centrada en cierta visión sobre lo libresco. La versión televisiva de la realidad se convierte, también, en la principal fuente de información de los sectores populares, una visión que corresponden a las posiciones de los dominantes.

Por otro lado, la comunicación y las tecnologías de la comunicación, siguen siendo importantes, aunque se hayan resignificado en parte, en la nueva situación mundial que se da a partir del atentado a las torres gemelas del 11 de septiembre de 2001, y la posterior "revelación" o reconocimiento explícito de las pretensiones y acciones imperiales de Estados Unidos de Norteamérica y el surgimiento de las guerras asimétricas (como la de Afganistán o Irak). De alguna manera, la nueva situación ha significado el **fin de la globalización**, tal cual se la planteó en los últimos quince años, como también la posibilidad del **uso de la informática con fines totalitarios de vigilancia universal**. Sin embargo, la crisis también permitió que se hiciera visibles realidades sociales y nacionales que la supuesta comunicación global

omitía y la existencia de espacios alternativos, en concordancia con el planteo de Gramsci respecto de los espacios que el sector hegemónico cedía y desde el cual se podía expresar y construir visiones alternativas a la dominante.

CONSTRUCCION DE UN CONCEPTO DE COMUNICACION SOCIAL.

CAJA DE HERRAMIENTAS CONCEPTUALES PARA LA PRACTICA DEL TRABAJADOR SOCIAL.

Vamos a trabajar sobre la **propuesta de un concepto de comunicación, al cual desmenuzaremos analíticamente, e introduciremos un marco teórico para intentar comprender la sociedad, la comunicación, el lugar de la comunicación en la sociedad y la diversidad de elementos que pueden converger en la conceptualización.**

Acudimos a **la teoría** porque en ella construimos conceptos, y relaciones entre los mismos. Esos conceptos funcionan como una **caja de herramientas** para nuestros análisis, interpretaciones e intentos de explicación de lo social, de lo comunicacional, de lo educacional, de las prácticas de los trabajadores sociales.

La teoría nos brinda herramientas para pensar, analizar, comprender y explicar la realidad. La teoría puede ser una herramienta práctica para poder pensar reflexivamente las cosas que hacemos todos los días, para intentar comprenderlas más allá de las primeras impresiones. **Sólo comprendiendo nuestras prácticas**

sociales podemos modificarlas reflexiva y concientemente.

Hasta ahora hemos hablado bastante de comunicación social sin conceptualizar dichos términos. Llegó el momento de hacerse la pregunta **¿Qué es, para nosotros, la comunicación social?** Claro que estamos pensando en un concepto provisorio y no en una definición definitiva.

Pensemos en las prácticas sociales, culturales y comunicacionales que se producen en una sociedad: episodios de comunicación que involucran tanto individuos casi sin poder alguno (los excluidos del nuevo orden social, excluidos, pobre, indigentes, sectores barriales, sectores populares), o quienes forman parte de la farándula (artística, política, deportiva, empresarial, etc.) que muestran sus casas en la revista "Caras", como a los miembros de la "nueva élite gestora-tecnócrata-política", como las clases dominantes a las que estos sectores sirven. (Castells, 1997: 424).

Pensemos en los episodios de comunicación que implican a grandes transnacionales productoras y emisoras de programas, a los gobiernos, a distintos grupos transnacionales, a pequeños procesos dentro de esos grupos. Consideremos la comunicación dentro de un grupo de mujeres que se organiza a partir de su promoción por una Trabajadora Social en una posta sanitaria, a la comunicación entre esta y las mujeres, entre las propias mujeres, entre esas mujeres y los otros pobladores del barrio. En la red de comunicaciones que se establece en un barrio o entre las organizaciones de desocupados o de piqueteros, que pueden coincidir o no.

Pensemos que **nos comunicamos aún cuando no queremos comunicarnos**: nos hacemos los disimulados para tratar de evitar a alguien que es un "pesado" y que nos haría perder mucho tiempo con su cháchara, le damos la espalda a alguien, de modo que nuestra espalda y nuestros movimientos constituyen un discurso. Callamos y fruncimos el ceño porque no queremos continuar hablando con quien lo estábamos haciendo, y ello constituye un discurso. O el poblador de un barrio desconoce simbólicamente a un trabajador del Estado con una serie de códigos que son captados sólo por sus pares.

Sigamos pensando en comunicaciones que se cruzan en la sociedad: miramos un cartel de una bebida cola cuyo diseño responde a una campaña y a una estética imaginadas en lugares territorialmente muy distintos a los nuestros; miramos televisión y expresamos nuestra incredulidad ante los dichos del presentador o disfrutamos de la misma película que en el mismo momento está recibiendo un filipino; escuchamos en un mp3 o mp5 o en un I Pod el mismo tema musical que en el mismo momento oye un albanés; vamos a ver al cine "Kung Fu Panda" con nuestros hijos, leemos la historieta luego podremos alquilar el dvd o lo compramos en edición pirata puesta en venta antes del estreno de la película, o la bajamos de Internet, usando el programa e-mule, siempre que tengamos banda ancha. Presenciamos en la televisión las imágenes más o menos censuradas sobre el conflicto en Irak, o buscamos en internet sitios donde emitan las imágenes que no pasan por la televisión. Hace unos años atrás hubieran sido los habitantes de Kosovo refugiándose en Albania, y un poco más atrás la agonía de una familia ruandesa. Casi seguramente, en menos de año estos seres humanos habran dejado de existir para las cadenas televisivas y para el público. Sera su aniquilación simbólica.

Se acerca el cumpleaños de uno de los niños y compramos tarjetitas, viseras y bolsas para las sorpresitas con las figuras de los personajes de Kung Fu Panda (hace unos años hubieran sido *Bob Esponja, Dexter, Aladino, Power Rangers Dragon Ball* –que está volviendo-, *Pokemon, Digimon, etc*); alguien conversa por teléfono con sus padres que viven a cientos de kilómetros; viajo en colectivo o en automóvil y me doy cuenta de que la ciudad constituye una matriz comunicacional, que me dice cosas muy distintas de las que me decía unos años atrás; miro vidrieras que ofrecen paquetes de software o un hardware increíble (un lápiz digital, verbigracia) y nos invaden los mensajes que afirman que el futuro es hoy; una mujer sentada en la vereda con un bebé en brazos nos pide una moneda; un padre le da un beso a su hijo que llega de la escuela, al rato le recuerda enojado que "cuando uno vuelve de la calle debe lavarse las manos"; escucho la versión leída de *Don Quijote* en el sitio *cervantesvirtual* en internet, leo *La Odisea* de Homero, un ciego que quizás no existió; escucho un archivo de audio donde vuelve a sonar la voz de un ciego -que existió hasta hace poco- leyendo uno de sus poemas sobre ficticios malevos...

No continuamos porque es abrumador. Cada uno de los casos enumerados puede haber dado lugar a pensamientos e imágenes de una tremenda diversidad en cada uno de nuestros lectores. Nuestra memoria reconstruye, reacomoda comunicaciones del pasado y las convierte en presente. **Los muertos, desde el anónimo pintor de la caverna de Altamira, a Roberto Arlt, pasando por Aristóteles, siguen produciendo sentido en la actualidad a través de sus discursos que los sobreviven.**

¿Cómo hacemos para definir algo que, como la comunicación, se presenta multiforme y omnipresente?

Las prácticas o episodios de comunicación que fuimos citando nos muestran que se podría encarar la comunicación social desde muy diversas perspectivas, que podríamos "entrar" a la comunicación social por muy diversas puertas. Pero deberíamos pensar por qué entramos por una puerta y no por otra. Eso es lo que haremos.

Les **propondremos** un concepto de comunicación social. No es la idea de una definición que cierra, sino la de un concepto que funcione como una llave para abrir puertas. Que funcione como parte de la caja de herramientas que permita tratar de pensar algo que puede resultar abrumador, por multiforme y omnipresente, como decíamos más arriba (La comunicación social). Con el concepto que proponemos no pretendemos haber encontrado la "verdad".

¿Desde dónde pensamos la comunicación?

Vamos a **construir** un concepto de **comunicación social**. Supongo que tendremos ya en claro que todo concepto es una construcción. Para ello, **inicialmente, nos ubicamos en una perspectiva macro socio-comunicacional**, de tal manera que podamos pensar globalmente qué ocurre en una sociedad o en el planeta, pero que permita las perspectiva meso y micro socio-comunicacional. O sea que una perspectiva macro no excluye las comunicaciones institucionales o cara a cara, por ejemplo.

Por otro lado, pretendemos que el concepto y su desarrollo nos permitan **visualizar claramente el poder,**

las luchas por el mismo y las desigualdades sociales.

No queremos que la comunicación quede desligada de sus relaciones con las clases sociales a nivel del espacio social general, o de espacios particulares, porque ha habido en los últimos años una embestida del neoliberalismo para restar importancia o directamente desconocer a las clases sociales y a la desigualdad como un tema central de las ciencias sociales.

Esto significa que **hemos tomado una posición**, que defendemos ciertos valores como la búsqueda del progresivo desarrollo de la democracia -**democratización**- a todos los aspectos de la vida social, pensamos en **una sociedad con cada vez menos desigualdades, mas justa**. Esta es una postura de valor, del orden del deber ser, que como tal no es del orden de lo científico, pero, sí del orden de la ética de la ciencia y es lo que motiva, reflexiva o irreflexivamente los trabajos académicos y/o científicos.

Los agentes construyen la sociedad a partir de condicionantes (estructuras) que los preexisten, pero que de cualquier manera no existen si ellos no las reactualizan (reproducen) y al reactualizarlas las modifican.

Hay condiciones previas de las que no se puede escapar. No podemos hacer lo que se nos antoje cuando se nos antoje.

Sin embargo, aún las condiciones no elegidas pueden ser modificadas, de hecho cada instante están siendo modificadas aunque sea micronésicamente, parcial o radicalmente, claro que este último tipo de cambio depende de **instancias colectivas de organización de los agentes sociales**. Pero, siempre somos constructores condicionados.

Podríamos resumir nuestros lineamientos teóricos de la siguiente manera: **el hombre es construido socialmente y lo social es construido por el hombre.** De alguna manera retomamos, como Pierre Bourdieu y como Anthony Giddens, aquel programa socio-ontológico de Karl Marx, y que él mismo no llegará a cumplir⁴ en sus desarrollos cargados en "el determinante en última instancia": "Los

⁴ De alguna forma F. Engels, varios años después de la muerte de K. Marx, da cuenta de ese programa inconcluso, pero también en parte traicionado por ellos mismos al responder pragmáticamente a algunos requerimientos de las confrontaciones políticas en que se vieron involucrados:

"(...) según la concepción materialista de la historia, el factor que en última instancia determina la historia es la producción y la reproducción de la vida real. Ni Marx ni yo hemos afirmado nunca más que esto. Si alguien lo tergiversa diciendo que el factor económico es el único determinante, convertirá aquella tesis en una frase vacua, abstracta, absurda. La situación económica es la base, pero los diversos factores de la superestructura que sobre ella se levantan -las formas políticas de las luchas de clases y sus resultados, las constituciones que, después de ganada una batalla, redacta la clase triunfante, etc., las formas jurídicas, e incluso los reflejos de todas estas luchas reales en el cerebro de los participantes, las teorías políticas, jurídicas, filosóficas, las ideas religiosas y el desarrollo ulterior de estas hasta convertirse en un sistema de dogmas- ejercen también su influencia sobre el curso de las luchas históricas y determinan, predominantemente en muchos casos, su forma. Es un juego mutuo de acciones y reacciones entre todos estos factores, en el que, a través de una muchedumbre infinita de casualidades (es decir de cosas y acontecimientos cuya trabazón interna es tan remota o tan difícil de probar, que podemos considerarla como inexistente, no hacer caso de ella), acaba siempre imponiéndose como necesidad del movimiento histórico. De otro modo aplicar la teoría a una época histórica cualquiera sería más fácil que resolver una simple ecuación de primer grado.

(...)

"El que los discípulos hagan a veces más hincapié del debido en el aspecto económico, es cosa de la que, en parte, tenemos la culpa Marx y yo mismo. Frente a los adversarios teníamos que subrayar este principio cardinal que se negaba, y no siempre disponíamos de tiempo, espacio y ocasión para dar la debida importancia a los demás factores que intervienen en el juego de las acciones y reacciones. Pero, tan pronto como se trataba de exponer una época histórica y, por tanto, de aplicar prácticamente el principio,

hombres hacen su historia, pero no en condiciones de su elección" (*El 18 Brumario de Napoleón Bonaparte*).

Vamos ya a proponer el **concepto**:

Denominamos comunicación al conjunto de intercambios de sentidos entre agentes sociales, que se suceden en el tiempo, y que constituyen la red discursiva de una sociedad, red que puede pensarse relacionamente a niveles micro, meso y macro.

Esta red discursiva esta tejida por las practicas productoras de sentido -que se manifiestan en discursos- de los agentes sociales (individuos, instituciones, empresas, etc.) que ocupan distintas posiciones en el espacio social general (en las clases sociales) y en los campos que forman parte del mismo - posiciones que implican capitales y poderes diferentes,

cambiaba la cosa, y ya no había posibilidad de error. Desgraciadamente ocurre con harta frecuencia que se cree haber entendido totalmente y que se puede manejar sin más una nueva teoría por el mero hecho de haberse asimilado, y no siempre exactamente, sus tesis fundamentales. De este reproche no se hallan exentos muchos de los nuevos "marxistas" y así se explican muchas de las cosas peregrinas que han aportado." (Federico Engels, carta a J. Bloch, septiembre 1890)

puestos en juego en el intercambio, luchas en consecuencia-

Las prácticas comunicacionales, la dimensión comunicacional de lo humano social, son prácticas productoras de sentido, son condición necesaria de la construcción de sentido, de la construcción de lo cultural y de la construcción de lo social. Estas prácticas comunicacionales se manifiestan materialmente en los discursos.

En la teoría que estamos planteando **lo social y lo cultural no podrían pensarse separados o externos a lo comunicacional**. En todo caso se pueden pensar separadamente en un momento del análisis, pero ese análisis debería comprender un momento en que las tres dimensiones se pensarán conjuntamente.

Lo social, la cultura y lo comunicacional. Construcción de lo social.

Las prácticas comunicacionales son prácticas productoras de sentido, en ellas se construye sentido. Consideramos que estas prácticas comunicacionales, y los discursos en que se manifiestan las mismas, son una de las **dimensiones** fundamentales de **lo social** y de **lo cultural**.

Cuando usamos el término "dimensión" queremos decir que no es algo distinto de lo social y de lo cultural, es parte de los mismos. Y tampoco lo social y lo cultural son cosas separadas.

Seguimos a Raymond Williams, cuando caracteriza a la cultura como "el sistema **significante** a través del cual necesariamente (...) **un orden social** se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga."(1982: 13)

La comunicación permite y produce la puesta en práctica de este sistema **significante (la cultura), la cultura cobra existencia en acción a través de las prácticas comunicacionales productoras de sentido**⁵.⁶ (prácticas significantes, en otros términos).⁶

⁵ Las prácticas productoras de sentido ocurren tanto en la codificación (o si se prefiere emisión, producción...) como en la decodificación (o si se prefiere recepción, reconocimiento...). Quienes producen discursos producen sentido, lo hacen las organizaciones comunicacionales complejas que recurren a los medios industriales de comunicación social y tienen el poder de dar existencia pública a agentes y acontecimientos; pero, todo otro tipo de agente social produce discursos y por lo tanto sentido, y al receptor o reconocer los discursos de otros agente sociales también producen sentido.

⁶ Williams realiza su propuesta a partir de la convergencia contemporánea entre una concepción "idealista" y otra "materialista", considerando que existe "Alguna convergencia práctica entre 1) los sentidos antropológicos y sociológicos de la cultura como «todo un modo de vida» diferenciado, dentro del cual, ahora, un «sistema **significante**» característico se considera no sólo como esencial sino como esencialmente implicado en *todas* las

Nosotros consideramos que toda **interacción** entre agentes sociales, como elemento componente de una red de intercambios, incluye el componente de **práctica social** (de acción social, en la conceptualización de otros autores como Max Weber o A. Giddens) y el componente de **práctica productora de sentido**, que actualiza, reproduce y produce, que pone en movimiento, en "práctica" a la cultura como estructura y sistema significativo, al mismo tiempo que la construye y "reconstituye".

Esta perspectiva no implica que se dejen de lado las "relaciones sociales de producción", ni tampoco las "relaciones específicas culturales de producción". Pero,

formas de actividad social, y 2) el sentido más especializado, si bien más corriente, de cultura como «actividades intelectuales y artísticas», aunque éstas, a causas del énfasis sobre un sistema significativo general, se definen ahora con mucha más amplitud, para incluir no sólo las artes y formas tradicionales de producción cultural, sino también todas las «prácticas significantes»- desde el lenguaje, pasando por las artes y la filosofía, hasta el periodismo, la moda y la publicidad- que ahora constituyen este campo complejo y necesariamente extendido." (1982: 13)

Pero, Williams señalará que su perspectiva "si bien es una clase de sociología que concentra su interés en todos los sistemas significantes, está necesaria y centralmente preocupada por la producción y las prácticas culturales manifiestas. Su enfoque integral requiere (...) nuevos tipos de análisis de instituciones y formaciones específicamente culturales, y la investigación de las relaciones entre éstas y, por una parte, los medios materiales de producción cultural, y, por otra, las formas culturales propiamente dichas." (Idem: 14) En estos términos reintroduce lo que tradicionalmente se ha entendido por arte, pero en un sentido más extenso que requiere sin embargo del carácter de ser "prácticas culturales manifiestas". (ver APÉNDICE)

claro, el planteo supone que lo "material" no se puede ni siquiera nombrar sino pasa por el registro del discurso.

Si bien modificando parcialmente el contexto teórico en que lo inserta, podríamos considerar el planteo de Anthony Giddens respecto de que la comunicación, en la interacción, implica la construcción de sentido: "La comunicación del significado en la interacción implica el uso de esquemas interpretativos, mediante los cuales los participantes *realizan* la comprensión de lo que cada uno dice y hace. La aplicación de tales esquemas cognoscitivos, dentro de un marco de conocimiento mutuo, depende y fluye de **un «orden cognoscitivo»**⁷ que es compartido por una comunidad; pero mientras recurre a tal orden cognoscitivo la aplicación de los esquemas interpretativos *reconstituye* al mismo tiempo ese orden." (1993: 123)

Ese "orden cognoscitivo" (sistema significativo) funciona al nivel de las estructuras, mientras que la producción de sentido a través de la comunicación funciona al nivel de las interacciones de los agentes.

El sistema significativo –la cultura- impone condiciones como estructura, pero sólo puede existir con agentes sociales que la construyen a través de sus prácticas y sus redes de prácticas.

Simultáneamente están funcionando, a nivel de las prácticas sociales (acciones sociales, en otros términos), el poder y estructuras de dominación a nivel de la dimensión estructural; como, asimismo, sanciones de modos de conducta social a través de las prácticas sociales de los agentes y un sistema de reglas morales (normas y estructuras de legitimación) a nivel de la estructura.

⁷ Que nosotros lo leemos como un "sistema significativo" y a la cultura como un "sistema significativo" (R. Williams).

En *Las nuevas reglas del método sociológico*, Giddens lo plantea en los siguientes términos: se comunican significados usando esquemas interpretativos que se extraen de las estructuras de significación (orden cognoscitivo); se usa el poder aplicando medios que se extraen de las estructuras de dominación y se sancionan modos de conductas social aplicando normas que provienen de las estructuras de legitimación (orden de las reglas morales reconocidas). (1993: 123 y ss)

Claro que, si bien señala las que él considera unas dimensiones específicas del poder (que comprende, para Giddens, los recursos de asignación –derivados de la propiedad- y de autoridad –a partir de las jerarquías-), la producción de sentido y la sanción de modos de conducta social también funcionan como recursos y por lo tanto como poderes (y las estructuras de significación y las estructuras de legitimación como sistemas de recursos). Si en el planteo de Giddens el poder posee una aptitud transformativa, la construcción de sentido en tanto recurso también posee una potencialidad transformativa (de interacciones y estructuras).

La cultura⁸ como sistema significante (R. Williams) es una dimensión estructural fundida con las estructuras de dominación como sistema de recursos y con las estructuras de legitimación como sistema de reglas morales (A. Giddens), **no existiendo esa cultura –como tampoco las estructuras de dominación y de legitimación-**

⁸ Si bien Giddens no usa la palabra "cultura" se puede inferir que el uso que hace de las estructuras de significación es homólogo al concepto de Raymond Williams de aquella.

como realidad sino existen las interacciones sociales, que además del componente de acción suponen el componente de sentido (de construcción de sentido). La cultura al nivel de la interacción social, de la red de prácticas sociales, supone la puesta en acción y sentido de la comunicación, del poder y de las sanciones.

Asimismo, podemos tratar de integrar a estos planteos la perspectiva de Pierre Bourdieu sobre el espacio social general y los campos particulares. Estos campos suponen agentes sociales que ocupan posiciones y relaciones que se establecen entre las distintas posiciones; posiciones, que como señalábamos en el concepto de comunicación, implican capitales (económicos, culturales, sociales, simbólicos, etc., etc.) y poderes diferentes en el espacio social general, como en cada campo en particular. Las relaciones serán de desigualdad en función de la desigualdad de capitales; unos estarán arriba, otros en el medio, otros abajo; otros al lado; unos serán dominantes y otros dominados. En el espacio social general y en relación a la estructura global de capital económico y capital cultural, los agentes se diferenciarán en clases entre dominantes-dominantes, dominantes-dominados y dominados-dominados.

Desde las posiciones de clase que ocupan, como de las posiciones que ocupan en zonas particulares de la realidad, e interviniendo en una red de relaciones con otras posiciones, los agentes sociales comunican sentido, ponen en funcionamiento poderes y sancionan normas (de acuerdo al planteo de Giddens).

A partir de sus experiencias más o menos prolongadas en ciertas posiciones, según el planteo de P. Bourdieu, los agentes construyen sus *habitus* (disposiciones a ver, pensar y hacer más de una forma que de otra); esos *habitus* se construyen siempre con relación a y con otros agentes sociales y en situaciones concretas, ante las cuales los agentes deben tomar decisiones, que permiten concebir que las prácticas sociales como constitutivamente indeterminadas, abiertas a la construcción y no sólo a la reproducción. La historia siempre pudo haber sido de otra forma y cuando uno hizo algo siempre pudo haber hecho otra cosa.

Los *habitus* orientan las prácticas sociales y, sin embargo, los agentes deben tomar decisiones ante las situaciones concretas dado que la orientación del *habitus* es aproximativa –la lógica del sentido práctico– y no da pautas para definir cada situación diferente en particular, siendo por lo tanto –nuevamente– las prácticas sociales, lo que hacen los hombres, constitutivamente abierto.

La comunicación social tiene un papel clave en la construcción del orden social y cultural⁹; tanto en su constitución como en su funcionamiento, en su reproducción o su transformación.

Sin la comunicación los distintos tipos de sociedades no podrían haber existido. Los hombres y

⁹ «Orden» al cual podemos considerar, en términos simples -por ahora-, como la forma provisoria, precaria, siempre en cambio y pasible de cambios fundamentales, que adquieren lo social y lo cultural en un momento histórico particular. Esta forma provisoria e inestable es lo que los hombres y mujeres denominamos "la sociedad", que es una versión de lo social y lo cultural precariamente estabilizada alrededor de ciertos puntos nodales de sentido (teniendo en cuenta los planteos de Ernesto Laclau).

mujeres necesitaron la comunicación para poder relacionarse entre sí y construir sociedades.

También los hombres y mujeres debieron recurrir a la comunicación para hacer funcionar esos distintos tipos de sociedades, tanto para conservarlas, como para transformarlas en nuevos tipos de sociedades.

Todos necesitan del cemento de la comunicación, incluidos quienes se ubican en los extremos. Es materia prima tanto para los reaccionarios como para los revolucionarios; para los dominantes como para los sectores populares. La radio cumplió un papel importante en la construcción del poder del dictador Adolf Hitler y del nazismo; el cine fue una poderosa herramienta de propaganda de la revolución rusa antes de estalinismo; el presidente de Estados Unidos de Norteamérica Franklin D. Roosevelt utilizó la radio para comunicarse con el pueblo norteamericano ante las crisis más difíciles (la gran depresión que sigue al crack de la bolsa de 1929 y la segunda guerra mundial); la dictadura militar Argentina de 1976 impuso un férreo control a los medios industriales de comunicación social, especialmente la televisión; los procesos políticos de las democracias se escenifican -cada vez más- en y para la televisión. Quienes pretenden hacer un golpe de Estado o una revolución tienen como primer objetivo tomar las estaciones transmisoras de TV.

Las prácticas productoras de sentido ocurren tanto en la codificación (o si se prefiere emisión, producción...) como en la decodificación (o si se prefiere recepción, reconocimiento...). No sólo quienes generan y ponen en circulación un discurso (como las organizaciones comunicacionales complejas que recurren a los medios industriales de comunicación social, o cualquier agente social

individual) producen sentido, quien lo recepta también produce sentido.

Recordemos ahora el concepto que propusimos para pensar **la comunicación como el conjunto de intercambios que constituyen la red discursiva de una sociedad**. Esos intercambios socio-comunicacionales que, en cuanto en una de sus dimensiones constituyen prácticas productoras de sentido, se manifiestan en discursos.

Tendremos que tener un poco de paciencia para ir desmenuzando las ideas iniciales, para extendernos un poco más alrededor de otros conceptos relacionados como "sentido" y "discurso".

Ahora bien, **¿qué se van "hilando" socialmente al tejer esa red de prácticas productoras? La respuesta lógica, teniendo en cuenta los desarrollos anteriores, sería "lo social y lo cultural". Se va reproduciendo y construyendo al mismo tiempo ordenes sociales y culturales**. Ahora trataremos de avanzar sobre qué se construye cuando se construyen esos ordenes.

Dice María Cristina Mata:

"Si se piensa la comunicación como un conjunto de intercambios a partir de los cuales se van procesando identidades, normas, valores, se van articulando intereses, se van acumulando y legalizando saberes y poderes, es inevitable reconocerla como un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social. Es decir, como un terreno a partir del cual diferentes actores propondrán sus propios sentidos de ese orden, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicos." [Mata, M.C., 1983, p.3]

Individualicemos algunos de los factores que considera Mata:

- | | |
|----------------|-----------------------------|
| * Identidades | * Procesamiento |
| * Valores | * Articulación |
| * Normas | * Acumulación |
| * Intereses | * Legalización |
| * Saberes | * Construcción |
| * Poderes | |
| * Hegemonía | |
| * Orden Social | |
| | * Sentidos |
| | * Sentidos del orden social |

El significado de estos conceptos irá aclarándose durante el desarrollo del texto.

Podemos ya comenzar a explicarnos por qué la comunicación no suele ser un idílico lugar de entendimiento y de cooperación, tal cual el sentido común expresa con frases del estilo de "estar comunicados".

Más de una vez, cuando hemos concurrido a trabajar a una institución, nos han recibido con expresiones al estilo de: **"¡lo que tenemos aquí es un problema de comunicación!", cuando en realidad lo que existían eran tremendas y disimuladas luchas por el poder, por conservar, ocupar y ganar espacios**.

Indudablemente los intercambios socio-comunicacionales pueden ser el lugar donde se producen entendimientos; pero entendimientos tanto para trabajar por una sociedad más justa como para sacarle más a los que menos tienen, tanto para hacer funcionar a una escuela, como promover la compra de cachivaches inútiles. Depende de quiénes sean los que se entiendan y para qué.

Permanentemente, reaparecen los temas del poder y de la desigualdad. **La comunicación es sede de negociaciones, de enfrentamientos, de luchas abiertas o encubiertas entre agentes sociales con intereses distintos. El espacio social, como los campos particulares, son espacios de competencia y lucha pacífica o violenta, en las cuales quienes ocupan posiciones tratan de mantenerlas o mejorarlas.**

Valores y normas

Entendemos por **valores** unas tomas de posición generales, unos supuestos básicos sobre el deber ser y el no deber ser del hombre en sociedad, sobre el hombre y el mundo. Valores sustentados más o menos reflexivamente, más o menos conscientemente. Los valores funcionan como un trasfondo orientativo de las acciones, los valores no proveen de criterios que ponemos en funcionamiento,¹⁰ cuando nos encontramos ante situaciones que permiten más de una resolución, para decidir un curso de acción.

Los valores son concepciones generales -más o menos vagas, más o menos contradictorias en sus componentes- **que nos brindan criterios y orientaciones sobre lo que debemos hacer y sobre lo que no debemos hacer.** Sirven para formar criterios de elección en las actuaciones cotidianas. Claro que estos valores pueden haber sido internalizados tan profundamente por la

¹⁰ Un sentido práctico, como el que plantea Bourdieu, con una lógica aproximada, vaga, orientadora, donde las acciones a seguir no están previamente resueltas dado que resultan de decisiones ante las situaciones concretas que requieren la puesta en acto del sentido práctico.

socialización que no seamos conscientes de que somos portadores de ellos.

Podemos pensar como valores la necesidad de ser solidarios con los otros hombres, o el pluralismo, o el defensa de la vida humana, o el odio a todo aquel que es diferente racial o religiosamente. Los mismos orientarán para establecer criterios que desemboquen en normas particulares o en nuestra predisposición a cumplir o no ciertas normas que se establezcan o ya preestablecidas.

Por otro lado, entendemos por **normas: preceptos, que suelen ser dados por supuestos**, que como los valores forman parte del **sentido común**, manifestados en los usos, en los hábitos, en las costumbres, o formalizados como reglamentos o leyes, **que indican concretamente y con especificidad qué se debe hacer y qué no se debe hacer frente a situaciones y cuestiones concretas:** no conducir sin el cinturón de seguridad, sacar cierta nota mínima en los exámenes, no derramar la sopa, no matar (salvo en ciertas circunstancias en que las propias normas lo permiten como en casos de guerra o defensa propia).

Los valores y normas, que forman parte de las identidades de los agentes sociales, son esenciales para entender cómo se orientan las prácticas socio-comunicacionales.

Acumulación y legitimación de saberes y poderes.

M. Mata señalaba que los intercambios comunicacionales **procesan** esos valores, normas e identidades. En la última parte de la frase, indicaba cómo ese conjunto de intercambios participa en la acumulación y legalización (o legitimación) de saberes y poderes, reconociendo a las prácticas comunicacionales como **"un terreno privilegiado**

para la construcción de sentidos del orden social. Es decir, como un terreno a partir del cual diferentes actores propondrán sus propios sentidos de ese orden, que competirán entre sí para convertirse en hegemónicos." Aquí aparecen una serie de fenómenos que iremos dilucidando progresivamente en nuestra tarea de "desmenuzamiento" del concepto de comunicación. Tarea que tendrá un provisorio cierre al abordar el tema de hegemonía (ya conocido por los estudios sobre los escritos de Antonio Gramsci).

De cualquier manera -a pesar de que ahora el entendimiento pueda ser sólo parcial- debemos hacer algunas aclaraciones. Cuando M. Mata se refiere a hegemonía está planteado la competencia de sentidos que circulan dentro del marco de la democracia a nivel macro-socio-comunicacional. Y debemos distinguir como opuestas las situaciones de hegemonía y de dictadura.

Primacía de

Consenso	→	Democracia
Coerción	→	Dictadura

Comunicación y dictaduras

La competencia por la hegemonía, la competencia entre distintos sectores sociales por el logro de consenso para su visión del mundo, o su modelo de sociedad, ocurre dentro de un marco legal y es típica de las democracias liberales. La coerción es sólo complementaria del consenso, y es ejercida dentro de términos y procedimientos legales.

En las dictaduras no se compite por la hegemonía. Los lineamientos básicos por lo que se rige la sociedad bajo tal

dictadura son impuestos por el imperio de la fuerza, por el terror, o por la amenaza del uso de la fuerza (que es parte de la coerción). En mayor o menor medida las dictaduras dejan abiertos espacios donde compiten sentidos -visiones sobre la realidad, del mundo-, pero dichos espacios están restringidos a cuestiones no centrales en el mantenimiento del poder, en general dicha competencia está extremadamente restringida.

Pero, sobre todo a partir del desarrollo de la radio y la televisión, en las dictaduras la comunicación también juega un papel fundamental en la construcción de normas, valores e identidades, en la construcción de poder, en la búsqueda de legitimidad para los dictadores.

Por ejemplo, en nuestro país, la dictadura utilizó la televisión y buena parte de la prensa gráfica durante el Mundial de Fútbol del 78, entre otras cosas promoviendo que los argentinos se unieran contra una supuesta "campaña internacional terrorista antiargentina" (en realidad se trataba de como presentaban los reclamos de los organismos de derechos humanos sobre las crímenes de la dictadura, y de una jugada simbólica de la dictadura donde trataban de equiparar a la nación y a sus habitantes con las fuerzas armadas y a la fuerzas armadas con Argentina). Los medios masivos de comunicación fueron asimismo utilizados en la búsqueda de legitimar las acciones de la dictadura ante la posibilidad de conflicto armado con Chile y notoriamente en el caso de la guerra de Malvinas, para lograr apoyo de parte de la población. En la dictadura la comunicación persuasiva, la mentira, es usada por los tiranos para tratar de fortalecer su dominación, como complemento del terror y la fuerza.

Distintas posiciones, distintas visiones:

"Encontré una vez en casa de unos amigos un objeto que, más tarde, me pareció podría ser tomado como una suerte de materialización, una imagen (ciertamente simplificada) no de una fundación sino de la naturaleza de los textos [los discursos diríamos nosotros] que forman parte de un proceso de fundación. Se trataba de un cuadro cuya superficie vítrea, aparentemente lisa, no era tal: estaba en realidad constituida por pequeños surcos verticales, de manera que si se miraba esa superficie colocando los ojos al ras del borde superior o inferior, no se veía una línea sino un perfil dentado. Todos los lados interiores de los surcos orientados en un sentido contenían fragmentos de un dibujo, y los lados orientados en el otro sentido, fragmentos de otro. Según la inclinación que se le diera al cuadro era posible percibir uno y otro de los dibujos, con una infinidad de posiciones intermedias en las que los dibujos se entremezclaban. Como el cuadro estaba colgado de una pared era al mirarlo desde el costado izquierdo o desde el costado derecho que se tenía la imagen más nítida de un dibujo u otro. Al pasar delante del cuadro, se tenía la ilusión de un dibujo que se transformaba progresivamente en otro. Si por el contrario el observador se inmovilizaba exactamente frente al cuadro, sólo veía una mezcla confusa de ambos dibujos." (Verón, 1993:36)

Traten de imaginar el objeto descrito por Eliseo Verón. ¿Qué tendrá que ver el "juego visual" que describe con los conceptos de comunicación y de hegemonía?

ANALISIS DEL CONCEPTO DE COMUNICACION SOCIAL. RELACION ENTRE LOS ELEMENTOS COMPONENTES.

Ahora veremos que nuestro concepto puede permitir "abrir puertas" para una profundización y complejización de la reflexión sobre el campo comunicacional.

CONCEPTOS LLAVE

Podemos hacer un listado de términos, que podrían constituir conceptos "llaves", que surgieron en nuestra primera aproximación. Por ejemplo podríamos tener en cuenta:

- * Macrosocial
- * Discurso/s
- * Sentido
- Sentidos del orden social
- * Codificación/Decodificación
- * Identidad/es
- * Hegemonía

CONCEPTOS OPERATIVOS

En las próximas páginas trataremos de explicar qué hay detrás de los términos del listado y buscaremos aclarar los conceptos con ejemplos que nos acerquen a la realidad. Los conceptos que iremos hilvanando son operativos¹¹.

¹¹ Un concepto operativo permite tratar de poner en claro de qué hablamos al usar ciertas palabras, en el marco de un contexto determinado. En dicho concepto expresamos qué entendemos por un término. Es un procedimiento para intentar reducir las asimetrías en los procesos de codificación/decodificación.

Quienes mantienen un cierto contacto con las teorías sociales podrán ver con claridad que sobre algunos de los términos podríamos llenar capítulos o libros enteros con distintas teorías convergentes y divergentes.

Recordemos siempre, por otra parte, que los conocimientos, las teorías, siempre son provisorios, válidos mientras no se demuestre lo contrario o se elaboren herramientas que sean más útiles para abordar y comprender la realidad. Quien trabaja en ciencias sociales ha tenido, desde hace tiempo, que aprender a lidiar y trabajar con las incertidumbres.

LO MACROSOCIAL, PRIMERA APROXIMACION.

Nos detendremos un instante en relación con lo **macrosocial**, concepto, tema y nivel que retomaremos más adelante con respecto a lo **mesosocial** y a lo **microsocial**.

Cuando nos ubicamos en un nivel macrosocial estamos pensando que las prácticas socio-comunicacionales intervienen en las estructuras sociales globales que abarcan a toda la sociedad. En esta primera idea **lo macrosocial contiene lo mesosocial y lo microsocial**.

En un sentido más restringido, podemos acordar en hablar de nivel macrosocial refiriéndonos a las prácticas socio-comunicacionales que afectan a las estructuras sociales globales, aquí se incluirían las grandes estructuras políticas, económicas, sociales, educativas, las de los discursos públicos potencialmente abiertos a la mayoría de la población. Se podría pensar el nivel macrosocial en relación con estructuras regionales, nacionales, continentales o globales, por ejemplo. Tenemos en claro que un nivel de análisis es macrosocial cuando las clases sociales son la principal forma de desigualdad en dicho nivel.

DISCURSO/S

Recordemos, una vez más, la propuesta que hicimos al comenzar a trabajar sobre el concepto de comunicación social:

Consideramos a la comunicación al conjunto de intercambios de sentidos entre agentes sociales, que se suceden en el tiempo, y que constituyen la red discursiva de una sociedad, red que puede pensarse relacionamente a niveles micro, meso y macro. como el conjunto de intercambios que constituyen la red discursiva de una sociedad. Esta red está tejida por las prácticas productoras de sentido, que se manifiestan en discursos, de agentes sociales (individuos instituciones, empresas, etc.) que ocupan posiciones diversas -que implican capitales y poderes diferenciales- en el espacio social-.

Las relaciones entre los agentes sociales están mediadas por los discursos. Los hombres se manifiestan, se expresan, a través de ellos y en ellos se contienen los sentidos producidos por sus prácticas.

Los discursos son soportes materiales del sentido¹². Pero, los soportes materiales también producen sentido.

¹² "Toda producción de sentido (...) tiene una manifestación material. Esta materialidad del sentido define la condición esencial, el punto de partida necesario de todo estudio empírico de la producción de sentido. Siempre partimos de "paquetes" de materiales sensibles investidos de sentido que son productos; con otras palabras, partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (**texto lingüístico, imagen, sistema de acción cuyo soporte es el cuerpo**, etc.) que son fragmentos de la semiosis [social]." (Verón,1993:126/7)

Para referirnos a un árbol tenemos que recurrir a la mediación de un discurso: la palabra pronunciada, la palabra escrita (en ambos casos pueden variar los idiomas), un dibujo hiper-realista, un dibujo esquemático... Aún si quisiéramos mostrar "el árbol mismo" -sin mediaciones- no podríamos hacerlo porque tendríamos que recurrir a alguna señal que constituiría un discurso gestual y quien viera al árbol lo vería desde una posición particular, una visión incompleta. Sería tarea imposible referirnos al "árbol mismo", estamos condenados a referirnos a él a través del discurso. **La discursividad es parte de la condición de los humanos que conviven con otros humanos.**

En el ejemplo del árbol recurrimos a una variedad de soportes materiales, incluido el del discurso gestual que tiene como soporte material al propio cuerpo del emisor (comunicación sin transposición). El uso de uno u otro soporte no es indiferente, también varía el sentido o aparecen sentidos suplementarios si recurro al dibujo hiper-realista o a uno esquemático. El dibujo esquemático tiene variaciones de sentido si lo trazo en un pizarrón con tiza, con fibra sobre un panel de acrílico, con tinta china sobre un papel o con un palito sobre la tierra.

Condiciones de producción de los discursos

Los discursos no se manifiestan en el vacío, ni en la atemporalidad, surgen a partir de determinadas **condiciones de producción**, su existencia está sociohistóricamente situada y dentro de una cultura como sistema signifiante.

Este texto -discurso- es escrito, o re-escrito- en Córdoba, en un día "x" de un año determinado. Somos una minúscula partícula, con una historia previa, de un país y de un planeta, ambos con una historia previa. **Parte de**

condiciones de producción en la preparación de este discurso **lo constituyen otros discursos previos** sobre comunicación y trabajo social propios y ajenos (de los ajenos algunos están referenciados en las citas y la bibliografía). Pensemos en las condiciones de producción de los docentes argentinos, de los que trabajan en escuelas privadas y de los que trabajan en escuelas públicas, de aquellos que han tenido una madre o un padre docente. Pensemos en las variables discursivas a que puede recurrir un niño de una villa miseria que ha debido abandonar la escuela, o a las que puede recurrir uno de clase media, para no buscar comparaciones más extremas. Este momento histórico preciso es el resultado de un complejo proceso. Hay un encadenamiento intrincado y muchas veces azaroso de procesos previos que desembocan en la situación actual. Estos procesos previos incluyen discursos anteriores (libros, conferencias, programas televisivos, panfletos, música, revistas, conversaciones...) que forman parte de **las condiciones de producción de los discursos actuales.**

Las **condiciones de producción** socio-históricas de un discurso **imponen restricciones** a lo que puede ser dicho y oído, a las prácticas comunicacionales, pero a la vez **abren posibilidades**, son habilitantes. **No cualquiera puede expresar cualquier cosa, por cualquier medio, dirigiéndose a cualquiera, en cualquier época, pero cada época abre unas condiciones de posibilidad.**

La comunicación esta normada. Existen imposiciones y limitaciones expresas o implícitas en cada época. Hay normas que limitan las comunicaciones posibles, los soportes discursivos utilizables y, generalmente, no son normas escritas. Si, ahora mismo, quisiéramos dirigirnos a uno de los canales de aire para explicarles esta cuestión del discurso en el horario central, no tendríamos la menor probabilidad de lograrlo. Ahora

podrían revisar lo que plantea Michel Foucault en *El orden del discurso*.

Soporte material de sentido.

Volvamos al "soporte material de sentido". Con ello nos referimos -entonces- a las distintas "formas" discursivas que se utilizan en las prácticas comunicacionales.

El presente texto es un soporte material de sentido, es lo que **contiene huellas de sentido**. Expresado de otra manera, es la forma sobre la que se manifiesta lo que decimos, los significados que producimos consciente o inconscientemente.

En un parlamento de Bush o de Doña Barilá puedo buscar rastros del sentido producido a través de sus prácticas significantes expresadas oralmente, pero -como veremos- el sentido no se puede dilucidar considerando solamente los discursos.

En las clases teóricas de la Universidad el soporte básico suele ser la expresión oral. Si en las clases no quieren perder nada y llevan un grabador de audio, ese elemento permitirá **registrar** -grabar- el evanescente discurso oral en formato digital o en cinta magnética que serán el soporte básico que permitirá escuchar en forma reiterada los discursos intercambiados, y analizarlos. Si toman apuntes, las hojas del cuaderno serán el soporte material del lenguaje escrito, y ustedes estarán produciendo un discurso escrito que será la versión del discurso oral del tutor. Ahora podrán imaginar una multitud de soportes materiales, desde un video, un libro, las publicidades callejeras, los carteles que contienen indicaciones sobre el tránsito, la imagen que se forma en la pantalla de televisor...

También hay un soporte material en **el sistema de gestos y de distancias**¹³ con que acompañamos un discurso verbal; o en el conjunto de gestos faciales y corporales que realizamos en una determinada situación sin necesidad de otros lenguajes. Claro que para poder analizarlos, sería útil registrarlos en video. El primer caso lo podemos ejemplificar con Luca Prodan, en su último recital en el Chateau Rock de Córdoba, en 1987. Cuando comenzó la actuación, se dirigió al público mostrando su puño invertido, y levantando el dedo mayor, gritó "fuck you!". El mismo gesto, popularizado en nuestro país, no necesita ir acompañado de su "versión" verbal. Así ejemplificamos el segundo caso.

Tengamos presente que consideramos al discurso como el soporte material del sentido, **para intentar aproximarnos al sentido producido deberemos trabajar sobre las condiciones de producción del discurso**. Como plantea Eliseo Verón (1993:124 y ss) podemos rastrear el sentido de un discurso poniéndolo en relación con sus condiciones de producción; ese sentido no se puede descubrir ni en el discurso ni en las condiciones de producción sino **en la relación entre ambos**.

La significación que tienen los soportes materiales de sentido puede ser vista claramente en un párrafo de Marcel Proust, en el tercer tomo de *En búsqueda del tiempo perdido (El mundo de Guermantes)*, cuando el protagonista habla por primera vez por teléfono -que empezaba a difundirse en la época en que se desarrolla la historia- con su abuela:

"(...) después hablé, y al cabo de unos instantes de silencio, súbitamente, oí aquella voz que sin razón creía conocer tan bien, porque hasta entonces, cada vez que mi abuela había hablado conmigo, yo había

¹³ Que son estudiados por la kinésica y la proxémica.

seguido siempre lo que ella me decía en la partitura abierta de su rostro en que los ojos entraban por mucho, mientras que su voz, propiamente, la escuchaba hoy por vez primera. Y como esa voz se me aparecía en sus proporciones desde el instante en que era un todo, y me llegaba de esta suerte sola, sin el acompañamiento de los rasgos del rostro, descubrí hasta que punto era dulce; acaso, por lo demás, no lo había sido nunca en tal grado, porque mi abuela, al sentirme lejos y desgraciado, creía poder abandonarse a la efusión de una ternura que, por *principios* de educación, contenía y celaba de ordinario. Era dulce, pero también qué triste, en primer lugar por su dulzura misma, decantada casi, como muy pocas voces humanas han debido estarlo nunca, de toda dureza, de todo elemento de resistencia a los demás, de todo egoísmo; frágil a fuerza de delicadeza, parecía en todo momento pronta a quebrarse, a expirar a un puro raudal de lágrimas; además, al verla cerca de mí, sola, sin la máscara del rostro, noté en ella, por vez primera, las penas que la habían agrietado en el curso de la vida."

Los géneros en que pueden inscribirse los discursos

Otro aspecto que nos puede ayudar ante un hipotético análisis son los géneros en que se pueden inscribir los discursos. Podríamos diferenciar géneros informativos, noticieros y programas políticos, "reality shows", ficcionales, humorísticos, westerns, telenovelas, epistolares (cartas), etc. etc. etc. Los géneros ampliamente difundidos y conocidos **funcionan como macrounidades de sentido**, como un código que sirve de bases para las producciones que se inscriben dentro de los mismos (así en el caso, verbigracia, de un programa televisivo como "Gran Hermano" que es parte de los "reality shows").

Desde otra perspectiva, desde otro nivel de análisis, podríamos distinguir los géneros de los discursos cotidianos, institucionales o públicos.

Mata y Scaraffia caracterizan a los **géneros** como "uno de los modos (...). Un género es una estrategia comunicativa que **implica ciertas reglas o leyes de**

producción y que da por resultado mensajes de diferentes tipos." (1993:28)

Podríamos pensar los géneros como **matrices significantes particulares dentro de una cultura, dentro de las cuales solemos construir discursos, que cuentan con cierta estabilidad pero que son móviles -se van transformando con el tiempo**. Matrices que implican -como señalaban Mata y Scaraffia- "reglas o leyes de producción": normas.

Hace cincuenta años la matriz normativa del western indicaba que los indios eran villanos (y el Gral. Custer un héroe o, en todo caso, un imprudente). En los últimos treinta años se abre la posibilidad de que los villanos estén de cualquiera de los dos lados, aunque tiende a imponerse la visión de que -si se enfrentan los indios con los carapálidas- estos últimos son los "malos". Para tratar de entender lo expuesto recordemos el film *Danza con Lobos* de Kevin Costner, en la cual el director adopta la que podríamos denominar una "mirada antropológica" al tratar de entender la cultura de los aborígenes en sus propios términos. Ubicarse en estas categorías no corresponde exactamente a una decisión de los actores individuales; para los mismos, los géneros en que se inscriban sus personajes constituyen condiciones de producción.

SENTIDO

Con el término "**sentido**", operativamente, nos referimos a "**definiciones**", "**modelos**" o "**versiones**" de "la realidad", que se encuentran inscriptos en los discursos. Son modelos del orden del deber ser que vamos exponiendo a los demás, aunque ni nosotros ni los otros lo hagamos reflexivamente.

Los modelos pueden ser desde aquello más corriente a lo más infrecuente, de sociedad, de familia, de cómo relacionarse con los vecinos, de solidaridad, de educación, de delincuencia, de trabajador social, de cómo ver televisión, de cómo comportarse en la mesa, de cómo peinarse, de la ética del superhéroe, o la línea de dibujo (por ejemplo, *Tín Tín* modeliza la famosa "línea clara" que llega a tener gran peso en la historieta franco-belga, etc., etc. Los sentidos inscriptos en los discursos son el resultado de la puesta en acto de los habitus de los agentes sociales, un sistema de disposiciones¹⁴ que hemos ido conformando en nuestros encuentro e inmersión continuada con y en las estructuras sociales. Todo **discurso**, dado que **producirlo supone una práctica social**, implica que -ante una situación- hemos puesto en acto nuestros habitus¹⁵. Según el planteo de Pierre Bourdieu quienes ocupan posiciones similares en el espacio social (y que poseen capitales y poderes similares) tienden a tener disposiciones (habitus)

¹⁴ Disposiciones a apreciar, a valorar, a actuar, a percibir, a ver el mundo, a sentir, a pensar (y a no pensar), a gustar de una manera más que de otra. Disposiciones para moverse, para orientarse, de mantenerse, de hablar, de caminar, de lo pensable y lo no pensable, de considerar lo que es para uno y lo que no es para uno, lo que es "normal" y lo que "es una locura", de lo posible y lo no posible. (ver Gutiérrez, 1994: 65 y ss).

¹⁵ Para ampliar estos conceptos remitirse a la bibliografía de Pierre Bourdieu y al texto de Alicia Gutiérrez (1994).

similares y tienden a realizar prácticas sociales, prácticas significantes agregamos nosotros, semejantes.

Entonces, todo discurso contiene algún tipo de "**definiciones**", "**versiones**", o "**modelos**" (a lo que operativamente nos hemos referido como "sentido") que los agentes ponen en circulación mediante sus discursos. Esto no quiere decir que sea sencillo rastrear las huellas de dicho sentido en los discursos -su soporte material-. (Verón, E., 1993:124 y ss.) Es más, cuando menos chances tengamos de reconstruir las condiciones de producción de un discurso menos posibilidades tendremos de dilucidar el sentido del mismo, de proponer hipótesis más plausibles sobre dicho sentido, ya que no podemos reconstruirlo totalmente sino hipotetizar dado, entre otras cuestiones, que el sentido no es fijo y varía según las posiciones y diacrónicamente. Todavía los científicos no logran ponerse de acuerdo sobre el sentido de las pinturas rupestres, como las de las cavernas de Altamira, que produjeron los cavernícolas dada la tarea casi imposible de reconstruir con cierta precisión las condiciones de producción de los mismos. En estos días circulan infinidad de mensajes que tratan de explicar el sentido del voto del vicepresidente en el Senado sobre las retenciones a los sojeros, como asimismo producciones de sentido en contra, a favor, etc. de ese voto que desencadenó una bola de nieve de producciones de sentido.

Con relación al nivel macrosocial podemos considerar que el "sentido" se traduce en **modelos de sociedad** (ver el apartado "sentidos del orden social") y por lo tanto **de ordenes sociales**. Claro que, a niveles microsociales o mesosociales, el modelo se presenta como fragmentos discursivos que forman parte de un inmenso rompecabezas, o mejor, de varios rompecabezas, dado que en y entre los modelos suelen existir cruces e hibridaciones, como también incoherencias y contradicciones.

Un ejemplo simple: un discurso de un cubano que defiende el socialismo como modelo para la sociedad, mientras otro cubano exilado en la Florida defiende un modelo liberal. A su vez, en otro discurso, podemos encontrar que en su concepción de la relación hombre-mujer ambos son machistas.

Habrá quedado claro que cuando hablamos de "sentido" no tenemos in mente una idea de "trascendencia", tal como pretende al hablar de "el sentido de la vida" o "el sentido último de la comunicación". Esas formas de hablar de sentido son versiones del sentido. Tampoco nos referimos a "lo que queremos decir con nuestros mensajes" o a las "intenciones" de quienes producen los discursos, como suelen responder los alumnos en las evaluaciones, dado que no solemos manejar reflexivamente los sentidos que producimos con nuestros mensajes, no es necesaria la intencionalidad (el "querer decir") para producir sentido. Aunque, claro, está también es posible que coincida el sentido mentado por el agente social que produce el discurso con el sentido efectivamente producido, como también es posible que se contradigan. Nuestra definición operativa es bien concreta. En el discurso encontramos "versiones" que son los resultados de ciertas circunstancias socio-históricas (de sus condiciones de producción), estructurales y particulares, históricas y situacionales, y a su vez -esas versiones en cuanto resultado de prácticas sociales- juegan un papel en la construcción de esa historia, en la construcción de lo social.

Las interacciones sociales son, en un sentido, una lucha, una competencia por lograr imponer un sentido de "sociedad" y de "orden social". Es lo que se pone en juego en la lucha por la hegemonía.

Reiteramos que la versión de un agente social puede y suele contener contradicciones, nunca planteamos que las "versiones", "definiciones", "modelos", que van apareciendo en los discursos fueran coherentes.

Veamos otro ejemplo: tomo un aviso de una entidad bancaria publicado en un semanario de nuestro país, de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo, se combinan imágenes y textos: un reloj lujoso, una malla de baño masculina, el texto "No se prive de nada", un sillón de estilo, un sofisticado equipo de audio, una remera tropical, un aparato de DVD, champagne en un balde de metal con hielo, la palabra "Regale", punto, unos de esos nuevos patines, una video cámara, un carrito de supermercado repleto, un saxofón, una cámara fotográfica de marca, una pila de cinco libros, un televisor de plasma de 42 pulgadas, la leyenda "Consuma.", el texto escrito "Disfrute." Un par de zapatillas, un vestido mini, la "pistola" de un surtidor de nafta, una consola de videojuegos, una heladera llena, la foto de una paradisíaca playa con palmeras, la palabra "compre."

¿Qué se animan a decir sobre el **sentido** del **discurso** anterior? ¿Pueden imaginar las condiciones de producción del mismo?

Si -como ya hemos afirmado- la producción de sentido se produce tanto en la codificación como en la decodificación, al responder a las preguntas del recuadro -o al no responderlas que es otra forma de respuesta- ustedes han producido sentido en el momento de la decodificación. Si reuniéramos respuestas individuales podríamos cotejar las distintas "versiones" (sentidos) que se han producido en las diversas decodificaciones.

¿Pueden los discursos reproducir la realidad tal cual es?

Continuemos con la idea de que el **sentido** de los discursos se refiere a visiones-versiones-modelos del mundo y de la vida, que aparecen en los mismos. Podríamos pensar que una toma televisiva en directo es equivalente a la "realidad" misma. Sin embargo, el recorte que de la realidad se haga con la mediación de la cámara, o las cámaras, puede variar casi hasta el infinito. Podemos grabar un accidente automovilístico con una cámara o con dos, o con más, podemos tomar como ángulo de mira la propia altura del camarógrafo, o hacer la toma desde abajo, o subirnos al techo de una casa vecina para hacer una toma en "picado"... y las "versiones de la realidad" irán variando. Tomamos los vehículos desde atrás, desde el costado, desde adelante... Entrevistamos, o no, a los protagonistas del accidente... y las "versiones" siguen variando... o podemos entrevistar a uno de los protagonistas y tener sólo una de las "versiones" del accidente. Podemos registrar diversas tomas y luego combinarlas de mil formas al editarlas, hasta podríamos usarlas para imágenes de un videoclip o para una propaganda que se refiera a la imprudencia de los conductores...o... o...

Cada discurso es una nueva realidad que se superpone a la primigenia y la transforma. Como quizás alguna vez hayan podido verificar, es frecuente que las versiones de los testigos sobre un accidente difieran entre sí. A veces hasta podríamos pensar que cada una de las versiones es un accidente distinto. Sin embargo los testigos pueden ir poniéndose de acuerdo y concluir con una versión consensuada (una construcción de "consenso" a nivel microsocia, pero también puede ser un consenso a nivel

mesosocial –el de las instituciones- o macrosocial). También la "puesta en común" de las versiones sobre el accidente puede terminar en una tremenda trifulca, con piñas y puntapiés. Formas de reacción ante la imposibilidad de imponer la propia versión, o quizás intentos de imponer la propia versión por la fuerza.

Se suele decir que las imágenes de los noticieros televisivos "muestran la realidad tal cual es". **Es imposible mostrar la realidad tal cual es.**

Recordemos que para indagar el "sentido" de un discurso es tan importante lo que se omite, lo que se deja de decir, como lo que se dice explícitamente.

Los noticieros televisivos, regidos por la lógica del rating se orientan al entretenimiento, y omiten aspectos importantes de la actualidad que no condicen con esa lógica. Día a día nos proponen un temario de los que debemos considerar "los hechos significativos del día", el repertorio de hechos tematizados ocultan o solapan a los que probablemente -desde otras perspectivas- sean los significativos. En la información televisiva "significativo" -"importante"- quiere decir "atractivo", "espectacular", "entretenido". Se suele perder de vista que los informativos son una mercancía que, aparentemente, se ofrece a los televidentes. También se puede pensar que los televidentes que ven un programa son la mercancía que el canal de televisión vende a los anunciantes. En función de la lógica comercial se emite y se omite.

SENTIDOS DEL ORDEN SOCIAL

Los agentes sociales -individuales o colectivos-, que ocupan diversas posiciones en el campo social y que poseen poderes desiguales, **ponen en juego sus versiones de la realidad, que giran** -consciente o inconscientemente, reflexiva o irreflexivamente, directa o indirectamente- **sobre cómo consideran debe ser la sociedad**, sobre cómo debe constituirse la misma, sobre cómo debe "ordenarse", sobre cómo deben comportarse los hombres, sobre cuáles normas y valores deben seguir. Esto no quiere decir que las ideas sobre el orden sean demasiado ordenadas y coherentes, corrientemente conviven los opuestos y las contradicciones. Las versiones del Estado, del gobierno de turno, y los trabajadores sociales sobre cómo colaborar con los excluidos del sistema suelen diferir. El primero pretende que los segundos se hagan cargo de resolver las situaciones más urgentes con recursos que resultan insuficientes y los trabajadores sociales que han sido formado en un modelo en el que se opta por los sectores excluidos suelen encontrarse ante situaciones angustiantes e irresolubles cuando son empleados del Estado y desean colaborar con los sectores dominados para que rompan con la dominación interiorizada.

El "sentido común" dominante en una sociedad es algo así como la guía práctica de la visión del mundo que, provisoriamente, ha logrado consenso

-legitimación- mayoritario. Este "sentido común" está plagado de incoherencias pero contiene algunas tendencias fuertes, algunos ejes centrales -**puntos nodales de fijación de sentido**. Estos ejes centrales orientan, en buena medida, las prácticas concretas de los hombres.

Detrás de la idea de "orden" hay una idea de equilibrio, donde "cada cosa está puesta en su lugar", donde los agentes sociales se distribuyen jerárquicamente y cumplen funciones en pos del mantenimiento de la situación, donde

hay normas y valores que rigen los comportamientos de quienes ocupan distintas posiciones. Si una versión de orden social logra consenso, acuerdo general, es vista como "la sociedad" (cuando en realidad, no es más que una de las posibles versiones de la sociedad).

Todo consenso es precario, ningún equilibrio es eterno y los "ordenamientos sociales" se modifican tarde o temprano, gradualmente o abruptamente. De cualquier manera una vez establecido un "orden social", quienes obtienen los mayores beneficios del mismo se resisten a cambiarlo al menos en sus estructuras fundamentales (se puede ceder, se puede modificar pero la resistencia es máxima, incluyendo la violencia física, cuando se pretenden modificar los ejes estructurales).

El "orden", a través de la acción de quienes son beneficiados con el mismo y de quienes han interiorizado la dominación, intenta reproducirse, mantenerse en el tiempo. Claro entonces, que el "orden social" no es un ente con vida propia que se resiste a las modificaciones los que lo hacen son aquellos sectores que tienen intereses creados en mantener la situación existente. Ceden beneficios para lograr el consenso pero no ceden los poderes y beneficios fundamentales.

Repasemos algunas ideas sobre "prácticas productoras de sentido".

En parte es redundante hablar de "prácticas productoras de sentido" dado que toda práctica social es, en una de sus dimensiones, una práctica productora de sentido. Si vivimos en sociedad no podemos dejar de producir discursos, no podemos dejar de producir sentido, ya sea que maldigamos esa sociedad en que vivimos o que la consideremos maravillosa. Podríamos decir que **lo discursivo es parte de la condición humana**, al menos

lo es a un nivel de complejidad y sofisticación que no manejan los otros animales.

La sociedad es construida mediante las prácticas de los agentes sociales (que puede ser su vecino, una asociación barrial, una asociación de desocupados, un sindicato, como puede ser la empresa transnacional Coca-Cola, etc.), pero en esas prácticas los agentes no pueden hacer absolutamente lo que se les antoja, hay condiciones preexistentes de producción de esas prácticas y normas que las restringen pero a la vez las posibilitan.

CODIFICACION/DECODIFICACION

Partiremos de unas ideas muy simples en relación con la complejidad del tema. Podemos considerar que el agente que produce un discurso recurre a un **código constituido por una serie de convenciones** bastante difundidas entre los agentes sociales, o entre sectores o grupos de agentes. Cuando estas convenciones son compartidas por otros, le dan cierta seguridad al codificador para poder lograr un mínimo entendimiento con los destinatarios de sus discursos. Cuando se reduce el grado de difusión de esas convenciones se reducen las posibilidades de entendimiento entre codificador y decodificadores. Aumenta la **asimetría** entre unos y otros.

La codificación es la práctica por la cual el codificador (un agente social individual o colectivo) construye un discurso, echando mano a conocimientos que forman parte de las convenciones de un código y los organiza (el discurso puede ser por ejemplo sonoro, audiovisual, visual), dentro de ciertas condiciones de producción.

Piensen en las codificaciones de Coca-Cola en los distintos anuncios, por distintos medios, que la empresa ha

codificado, en las clases de los distintos profesores en las distintas materias, en lo que le dicen sus compañeros, lo que está escrito en los apuntes, en lo que han recibido por distintos sentidos desde antes incluso de nacer y ustedes decodificando, desde que tienen memoria, probablemente.

Una persona va a un kiosco a comprar cigarrillos, veamos algunas de las posibles variantes que resultan del proceso de codificación introduciendo situaciones de codificación / decodificación:

- "Deme Marlboros lights veinte box, por favor".
- "Deme Marlboros".
"¿ Lights ?"
"Sí, suaves."
"¿ de veinte o de diez ?"
"Veinte."
"¿ Box o comunes?"
"Cualquiera."
"¿ Por qué no me aclara bien lo que quiere de entrada, así no me hace perder tiempo ?"
"Vayase al diablo. ¿ Acaso no está para servir a los clientes ? Me voy a comprar a otro lado."
"Rajá, turruto, rajá."
- "Deme un paquete de esos".
- "Hola. Lo de siempre".
- "¿ Cómo andás negro ?"
- "..."

Salvo en la segunda situación, en todos los casos el comprador se va con su paquete de Marlboros lights veinte box o comunes. ¿Pueden imaginar las condiciones de producción correspondientes a cada una de las situaciones? ¿Pueden imaginar lo que ocurrió cuando no aparece la respuesta del quiosquero?

Códigos, convenciones

Los códigos a que hacemos referencia pueden ser bastante precisos o tener un alto nivel de ambigüedad, de incertidumbre, convenciones aproximativas. El código de la lengua escrita está altamente formalizado, existe una gramática, incluye reglas de combinatoria, reglas que organizan secuencialmente los signos.

A pesar de que las reglas pueden tener un buen grado de ambigüedad -el que puede ser reducido por el contexto-, y que existe un buen margen de alternativas para hacer combinaciones, hay situaciones en que no hay forma de escapar de las reglas de combinación. Dice Díaz Bordenave:

"...si el hombre posee un repertorio de signos, teóricamente podría combinarlos de infinitas maneras. Si cada persona combinase sus signos a su modo, sería muy difícil comunicarse con los demás. Gracias a la gramática, el significado ya no depende sólo de los signos sino también de la estructura de su presentación. Por esto no es lo mismo decir: «Un oso mató a mi padre», que decir: «Mi padre mató un oso»". (1985:22)

Otras convenciones son menos formales, pero no por ello dejan de funcionar, por ejemplo en las combinaciones que se hacen dentro del lenguaje cinematográfico. Piensen en la larga secuencia de combinaciones que supone una película y las convenciones que se ponen en juego en su filmación y en su montaje final. Esas convenciones pueden ir desde el tipo de iluminación que se utiliza hasta las reglas

del género en que se inscribe el relato. Hay una serie de convenciones como la iluminación desde abajo, los claroscuros pronunciados, las proyecciones de las sombras, un tipo de música, que nos permiten captar, en un santiamén, que la película que estamos por ver es de terror. Frente a muchos films podemos prever con bastante certeza qué va a ocurrir en su transcurso y cómo va a terminar con apenas ver las primeras escenas. Otros films juegan justamente con la ruptura de algunas de las convenciones. Incluso los directores que juegan con las rupturas de las convenciones pueden con el tiempo ir dando lugar a nuevas convenciones.

Los sectores populares manejan códigos particulares, y aunque hablen castellano unos trabajadores sociales que intente colaborar con ellos se encuentran con situaciones de asimetría debido a que desconocen esos códigos, el aprendizaje de sus códigos será clave para que el trabajador o trabajadora pueda conseguir el reconocimiento por parte de esos sectores y colaborar efectivamente con los mismos.

Códigos culturales

Podríamos considerar que nuestra vida en sociedad, nuestras prácticas, tienen como punto de referencia códigos culturales, matrices de significación. Ellos expresan en buena medida la visión del mundo de los grupos privilegiados de la sociedad, de aquellos que tienen más poder y que han logrado que el grueso de la población tome sus visiones del mundo como referencia, pensando y viviendo los intereses de los sectores dominantes como los "intereses generales" o "de la nación" (esto hace a la "hegemonía", como repasaremos un poco más adelante).

Esto significa que en la "codificación" se promueven -conciente o inconcientemente- determinados sentidos, se promueve un tipo de "decodificación", pero **el codificador**

no tiene garantías de que el agente receptor de su discurso le vaya a otorgar el sentido originario. Estas cuestiones son estudiadas cuando se plantea la "teoría de la enunciación" o "la dimensión enunciativa" (ver: Mata, M. y Scaraffía, 1993:90 y ss).

Asimetría, promoción, diversidad.

Las disquisiciones de los párrafos anteriores nos llevan a detenernos en los siguientes aspectos:

- * La asimetría en la comunicación;
- * La promoción de lecturas determinadas;
- * La diversidad de "decodificaciones" posibles (o las "variantes de articulación en que se pueden combinar codificación/decodificación).

Eliseo Verón, refiriéndose a la producción de discursos (Lo que nosotros hemos llamado "codificación") y a la operación de reconocimiento de los mismos (lo que nosotros hemos llamado "decodificación"), señala que "Estos dos conjuntos no son jamás idénticos (...): **las condiciones de producción de un conjunto significativo no son nunca las mismas que las del reconocimiento. La distancia entre producción y reconocimiento es extremadamente variable...**" (1993: 129).

Podríamos plantear entonces que entre la codificación y la decodificación hay siempre algún grado de asimetría, una "no necesaria correspondencia" o más claro aún una imposible exacta correspondencia y que dicho grado de asimetría es variable.

Stuart Hall (1980a:8/9 traducción), pensando en el nivel de las comunicaciones políticas en una sociedad dividida en clases y sobre las visiones del orden social global a nivel

político, dice que "debemos pensar en las variantes de articulación en que se pueden combinar codificación/decodificación (...) en orden a reforzar la aseveración de la «no necesaria correspondencia». Identificamos tres posiciones hipotéticas a partir de las cuales se puede construir la decodificación (...). La primera posición hipotética es la de **posición hegemónica dominante**. Cuando el espectador toma los significados(...) y decodifica el mensaje en los términos del código en referencia al cual han sido codificados; podemos decir que el espectador está operando dentro del código dominante.

La segunda posición que identificamos es la de **código o posición negociada** (...) La decodificación dentro de las versiones negociadas contiene una mezcla de elementos adaptativos y de elementos de oposición: la misma reconoce la legitimidad de las definiciones dominantes para producir las grandes significaciones (abstractas). Acuerda la posición privilegiada a las definiciones dominantes de los eventos reservándose el derecho a realizar aplicaciones más negociadas a las «condiciones locales», o a sus propias posiciones corporativas (...)"

Ejemplifiquemos esta segunda posición. Un sindicato o un obrero acuerdan con que hay que privatizar las empresas del Estado porque, concordando con la definición dominante general, consideran que las mismas son ineficientes. Pero sostienen que YPF -por ejemplo- no debe ser incluida en estas privatizaciones por tratarse de una empresa que explota un recurso estratégico para la soberanía nacional y porque produce beneficios.

Nosotros consideramos que este tipo de posiciones "negociadas" son claves en el logro de la hegemonía si, como veremos pronto, la misma supone que alguien cede beneficios para lograr el consenso de quien los recibe.

Continúa Stuart Hall: "Finalmente, es posible que un espectador entienda perfectamente tanto las inflexiones literales como las connotativas dadas por un discurso, pero que **decodifique** el mensaje **de una manera globalmente contraria**. Ese espectador destotaliza el mensaje dentro del código privilegiado con el fin de retotalizar el mensaje dentro de algún marco de referencia alternativo. Este es el caso de un receptor que escucha un debate sobre las necesidades de reducir los salarios y que lee cada mención sobre el «interés nacional» como interés de clase."

Si colocamos dos hojas idénticas en estructura, tamaño y peso, en el mismo punto de un río, las hojas seguirán -sin embargo- derroteros diferentes, pero ambas irán río abajo. El río, por su parte, nunca es el mismo. La coincidencia exacta entre el sentido producido en la codificación y el sentido producido en la "lectura", en la decodificación es imposible. Siempre existe algún grado de asimetría entre los códigos del "codificador" y los "códigos" del decodificador.

Suele usarse "comunicación" en el sentido de aquella situación en que ambas partes entienden totalmente lo que quieren decir, lo cual permite el total acuerdo común. En los hechos, dado el grado de asimetría -aún mínimo- existente entre codificación y decodificación-, la comunicación planteada en esos términos no existe. En todo caso se podría utilizar tal concepto si se aclara que es un planteo de "deber ser" y no de realidad, un ideal inalcanzable pero no por ello no perseguible. Probablemente este uso del término comunicación se remonta al significado con que se lo usaba originariamente: "poner en común", pero al nivel de "comunió". "Esta «participación en común» parece comprender incluso la unión de los cuerpos..." (Bateson, G. y otros, 1990:12).

Que exista algún nivel de asimetría entre la codificación y la decodificación no quiere decir que la audiencia -los receptores- de los discursos de los grandes medios industriales de comunicación social (que son discursos de grandes organizaciones de medios) tengan los mismos poderes que dichos medios. Tampoco significa que el receptor tenga total poder de decisión, aún cuando concientemente decodifique en sentido inverso al propuesto por el medio. Como bien dice David Morley, no hay que confundir "actividad" (del receptor) con "poder" (1993;16). Todos los receptores tienen algún grado de actividad que la mayoría de las veces no implica ni "resistencia" ni "rebeldía" frente a las visiones del mundo transmitidas por los grandes medios, o frente al modelo hegemónico en una determinada sociedad.

Por otra parte, son ciudadanos comunes o familias de gente corriente frente a poderosas organizaciones. Y si existe retroalimentación (mensajes desde los receptores hacia las organizaciones comunicacionales), normalmente sirve para que estas organizaciones consigan información útil para venderle más cosas al receptor, para intentar que vea más horas de programación, que compre permanentemente la revista, siga escuchando el programa de radio, etc.

Aún cuando invirtamos el sentido del discurso que nos envían, aún cuando no creamos una palabra de lo que dicen y seamos conscientes de que nos están mintiendo y tratando de "vender una versión", si somos ciudadanos comunes no organizados, nuestra inversión del sentido tendrá trascendencia prácticamente nula a nivel macrosocial.

Debemos tener en cuenta que el poder del ciudadano común, el de los sectores empobrecidos, está casi anulado en sus posibilidades de influenciar sobre qué se dice en los medios que llegan a la mayoría de la población. Las

decisiones sobre qué discursos se hacen públicos y cómo se los hace públicos no dependen de nosotros.

Aunque muchas veces podemos promover acciones organizadas para que los medios nos presten atención y, a posteriori, nos presten atención nuestros electos representantes (concejales, diputados, senadores, intendentes, etc. etc.).

Si los jubilados, o los docentes, o los familiares de desaparecidos, se reúnen a protestar todas las semanas y no logran que la televisión, y otros medios, cubran sus manifestaciones, son muy pocos los que tienen posibilidades de enterarse -por un contacto directo, o por información boca a boca- de que la protesta continúa y de cuáles son los últimos planteos. En este caso, como en muchos otros la situación suele ser denigrante: los jubilados consiguieron más cobertura periodística que nunca antes, cuando Norma Plá amenazó con suicidarse. ¿Cuánto ha visto últimamente los reclamos de los jubilados por los medios industriales de comunicación social? ¿Quién se acuerda hoy quién era Norma Plá?

Marita Mata considera que no se debe inocular "...el campo de la cultura masiva, las operaciones de producción que se realizan con unas ciertas tecnologías desde el poder de emitir, y que preconstituyen temáticas, modos de consumo y a los propios consumidores. Porque en suma, aceptando que la hegemonía se construye con la complicidad o acuerdo de los sectores subalternos, e incluso con la aceptación de su diferencia y oposición, se minimiza el peso de las voluntades y estrategias hegemónicas que se despliegan en el campo cultural." (1991:41)

Analizando la codificación en los medios industriales de comunicación social, Stuart Hall considera que "...aunque los acontecimientos no sean sistemáticamente codificados

en una sola dirección, se extraerán, por sistema, de un limitadísimo repertorio ideológico o representativo; y ese repertorio (...) poseerá la tendencia global a que las cosas «signifiquen» dentro de la esfera de la ideología dominante. (...) ...los públicos, cuyas decodificaciones reflejarán inevitablemente sus propias condiciones sociales y materiales, no decodificarán necesariamente los acontecimientos dentro de las mismas estructuras ideológicas en que han sido codificadas. Pero la intención global de la «comunicación efectiva» debe ser la de «obtener el consentimiento» del público para la **lectura promocionada**, y, por lo tanto, llevarle a que la decodifique dentro del marco de referencia hegemónico." (1981:338)

IDENTIDAD/ES

En primer lugar, se debe aclarar que nuestra noción de **identidad** no es de tipo esencialista, al estilo de los planteos sobre un supuesto "ser nacional". En este último caso lo que existe es un modelo previo de "identidad" desde una perspectiva del "deber ser", y lo que se hace es promover el ajuste de la identidad societal a dicho modelo.

Las identidades son grupales o colectivas, implican un "nosotros", pero en cada individuo se particularizan en una conformación singular. Un individuo puede ser pensado como un conglomerado de identidades: padre o madre, Argentino/a, cordobés/a, simpatizante de una corriente política, hincha de un cuadro de fútbol, usuario de PC, ex-rockero/a, oyente de radio, televidente, etc. etc. etc.

Los grupos más diversos tienen identidad; una familia; la barra de un club de fútbol; los habitantes de una provincia, de una región o de una nación ("la identidad nacional"); de clase económica ("Nosotros los trabajadores", "Nosotros los patrones"); una clase generacional (jóvenes, viejos); una

clase sexual (varones, mujeres, gays); un grupo religioso; quienes trabajan en una empresa transnacional o nacional; receptores de algún medio industrial de comunicación ("nosotros los televidentes"); los "consumidores". Todos tienen "identidad" aunque no lo reconozcan, o no la reconozcan.

La construcción de las identidades es una de las apuestas claves de la construcción social. Y la dimensión comunicacional es central en el procesamiento de esas identidades (Mata, 1988:3). Las identidades se van articulando desde y alrededor de "visiones del mundo" que se concretan en el "sentido común", el cual contiene normas y valores que orientan nuestras prácticas sociales. Las normas y valores -consciente o inconscientemente, si las hemos incorporado a nuestros hábitos- implican criterios sobre lo que debe ser y lo que no debe ser, principios, sobre qué debemos hacer o qué no debemos hacer, aplicables a situaciones concretas. Esta identidad es uno de los factores centrales que orientan las prácticas de los agentes sociales (ver Bourdieu, 1988a, 1988b, 1991).

La identidad no es fija, es histórica: se construye, se reconstruye, se deconstruye, se modifica, etc., en la interacción con los otros. La identidad transcurre y se modifica sobre el hilo de la historia.

Podemos considerar que nuestra identidad es lo que efectivamente **somos**. Sin embargo, como veremos un poco más adelante, lo que efectivamente somos nunca termina de cerrar, es un espacio abierto penetrado por "los otros", de los cuales nos diferenciamos. Nunca somos idénticos a nosotros mismos. Si pensamos en identidades grupales, lo que somos supone la constitución y el

sentimiento de un "**nosotros**" (el sentimiento de tener algo en común, de pertenecer a algo en común).

Dice David Morley que "...la identidad colectiva supone el logro, por parte de los actores individuales o de los grupos sociales, de una cierta **coherencia, cohesión y continuidad**. Tales vínculos siempre serán provisionales y más o menos precarios." (1995:74. Las negritas son nuestras)

En la construcción de lo que "**somos**" juega también un papel fundamental **lo que no somos: "los otros"**. Identificar los otros antagonistas permite clarificar el sentido de pertenencia que forma parte de la identidad (aquello que tenemos "en común", aquello "que compartimos" con quienes conforman un **nosotros**). En algún grado, entonces, somos también "el otro"¹⁶. El definir lo que "no somos", a través del otro, nos permite clarificar lo que "somos". Pero, aunque parezca paradójico nunca somos idénticos a nosotros mismos, dado que de la identidad forman parte los otros de los cuales -antagónicamente- nos diferenciamos. Nos constituimos en el antagonismo y la

¹⁶ "...la identidad de las fuerzas opresivas tiene que estar en algún modo inscrita en la identidad que busca la emancipación. Esta situación contradictoria se expresa en la indecibilidad entre internalidad y externalidad del opresor respecto del oprimido: ser oprimido es parte de mi identidad como sujeto que lucha por su emancipación; sin la presencia del opresor mi identidad sería diferente. La constitución de esta última requiere y al mismo tiempo rechaza la presencia del otro." (Laclau, 1996:38)

diferenciación¹⁷. (Laclau y Mouffe: 1987; Laclau, 1993, 1996)

David Morley, al reflexionar sobre la constitución de "oriente", cita a Sakai:

Si [occidente] no existiera, oriente tampoco lo haría. (...) «oriente» existe porque occidente lo necesita; porque permite poner en foco el proyecto de occidente" (1995, p.155)

Ernesto Laclau se extiende en el fenómeno de la construcción de oriente:

"...varios estudios recientes han mostrado de qué modo el «oriente» es simplemente el resultado del discurso orientalista de los académicos occidentales. La unificación de India, China, Islam, en una entidad única sólo puede darse sobre la base de establecer una relación de equivalencia entre las características culturales de estos pueblos -equivalencia que se funda tan sólo en el hecho puramente negativo de que ninguno de ellos es «occidental». Pero es importante advertir que esta unificación no tiene lugar solamente en los libros occidentales. En la medida en que el discurso que la preside se encarna en las formas e instituciones que han dominado el curso de la penetración occidental en el Tercer Mundo, la equivalencia que ellas imponen acabará creando identidades «orientales» -que, desde luego, en el momento de la rebelión anticolonialista invertirán la jerarquía de los valores occidentales." (Laclau, 1993:49)

¹⁷ "Una identidad objetiva no es un punto homogéneo sino un conjunto articulado de elementos. Pero como esa articulación no es una articulación necesaria, su estructura característica, su "esencia", depende enteramente de aquello que ella niega. Aquí la frase de Sant-just (...) debe ser tomada en el sentido más literal: la identidad republicana, el "pueblo" es exclusivamente la negación de las fuerzas que se le oponen." (Laclau, 1996:48-9)

La definición del "otro" puede ser forjada en condiciones de producción democráticas y pluralistas, en un marco de respeto a las diversidades. En dicha situación nos distinguimos del "otro" pero respetamos el derecho a la diferencia (por ejemplo, podemos ser heterosexuales pero aceptar y respetar a los homosexuales, a pesar que diferenciarnos de ellos sea parte de la constitución de nuestra identidad, o viceversa).

La definición del "otro" puede ser forjada en condiciones de intolerancia, en un marco de etnocentrismo cultural. El "otro" entonces puede ser constituido como el "enemigo", y frecuentemente como un chivo expiatorio. Pensemos en el papel de "los judíos" para los nazis, o de "los comunistas" para los norteamericanos en la época de la guerra fría, o de "los imperialistas norteamericanos" para los comunistas cuando existía la Unión Soviética.

Para la constitución de la identidad de los hinchas de Boca Juniors es importante diferenciarse de los hinchas de River Plate (y viceversa). Presten atención a cómo los hinchas de Boca Juniors llegan a denominarse a sí mismos: "soy bostero", y a cómo lo hacen los de River Plate: "soy gallina". Ambos han tomado como aspecto identificadorio el calificativo que le pusiera el club tradicionalmente rival. Este ejemplo nos puede servir para mostrar cómo existen distintas posiciones respecto del "otro": se puede tomar la "identidad futbolera" con un sentido pluralista y tolerante, y relacionarse amistosamente con los integrantes del otro club tomando la diferenciación como un elemento para bromas o chanzas; se puede tomar la "identidad futbolera" como algo central de la propia identidad y ser parte de una barra brava que puede llegar a atacar o matar al "otro" (construido como "enemigo").

En la constitución de lo que efectivamente somos, intervienen una serie de interpelaciones, de "reclamos": lo que nos dicen que somos y/o que debemos ser. Constantemente somos "interpelados" -explícita o implícitamente- por los otros miembros de los grupos a los cuales pertenecemos: nuestros pares, nuestra familia, los miembros de las organizaciones donde trabajamos, etc. Asimismo, somos interpelados por diversas instituciones (la escuela, los gobiernos, los partidos políticos, las empresas, las iglesias, movimientos sociales, etc. etc.). Son demandas "de ser".

Sí lo planteamos en términos de **clase social**, existen *los de abajo* porque también existen *los de arriba*, el que domina no sería dominante si no hubiera dominantes que lo definan como tal y viceversa. Por otro lado los que están en el medio los están porque tienen otras clases arriba y abajo. El propietario de los medios de producción se define en relación a quien no es propietario de los mismos y sólo posee su fuerza de trabajo.

La "tradicición" suele ser un lugar desde el que se nos interpela. Morley considera que: "**La tradición** es en buena medida una cuestión de las políticas presentes y de la manera en que funcionan las instituciones poderosas en la selección de determinados valores y en la movilización de los mismos en las prácticas contemporáneas. (...) [En la tradición] la defensa de la identidad cultural se confunde con la defensa de un pasado estático, se corre el riesgo de que la misma juegue un papel estrictamente conservador." (1995:53)

En las sociedades modernas, uno de los **agentes de interpelación** claves son las organizaciones comunicacionales complejas, que nos interpelan a través de los medios industriales de comunicación social. La industria

cultural, la prensa, la radio, la televisión, constantemente nos están interpelando aunque no lo parezca. La primera y fundamental interpelación, base del funcionamiento de esa industria y base de la lógica de todo el sistema social en que vivimos, es a que nos constituyamos como "consumidores". Las interpelaciones a ser "ciudadanos" han pasado a ser marginales en los discursos públicos, especialmente en aquellos de los medios electrónicos.

Jesús Martín Barbero se ha detenido en el análisis del papel que tuvieron "Los medios masivos en la formación de las culturas nacionales" y en la posterior transnacionalización de las identidades. Transcribimos parte de su trabajo, clave para entender lo que fueron las identidades nacionales en latinoamérica: "La atención a las mediaciones y a los movimientos sociales ha mostrado la necesidad de distinguir dos etapas bien diferentes en el proceso de implantación de los medios y constitución de lo masivo en América Latina. Una primera, que va de los años treinta a finales de los cincuenta, en la que tanto la eficacia como el sentido social de los medios hay que buscarlos más que del lado de su organización industrial y de sus contenidos ideológicos, en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares. No porque lo económico y lo ideológico no fueran desde entonces dimensiones claves en el funcionamiento de los medios, sino porque el sentido de su estructura económica y de la ideología que difunden remite más allá de sí mismas al conflicto que en ese momento histórico vértebra y dinamiza los movimientos sociales: el conflicto entre masas y Estado, y su "comprometida" resolución en los nacionalismos populistas. **Dicho de otro modo, el papel decisivo que los medios masivos juegan en ese período residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y**

al pueblo en Nación. Interpelación que venía del Estado pero que sólo fue eficaz en la medida en que las masas reconocieron en ella algunas de sus demandas más básicas y la presencia de sus modos de expresión. En la resemantización de esas demandas y esas expresiones residió el oficio de los caudillos y la función de los medios. Y ello no vale sólo para aquellos países en los que el populismo tuvo su "dramatización", sino también para aquellos que bajo otras formas, con otros nombres y desde otros ritmos atravesaron por esos años la crisis de hegemonía, el parto de la nacionalidad y la entrada en la modernidad. El cine en algunos países y la radio en casi todos proporcionaron a las gentes de las diferentes regiones y provincias **una primera vivencia cotidiana de la Nación.**" (1987:178/9)

En la misma obra, Barbero analiza cómo, y desde cuáles condiciones de producción, realizan a posteriori sus interpelaciones los medios, por ejemplo: "... más adelante la pluralización de la radio llega a la especialización de las emisoras por franjas de públicos que interpelan a sectores cultural y generacionalmente diferenciados. La crisis de identidad de los partidos políticos tradicionales y la ausencia de una interpelación eficaz a lo popular desde la izquierda va a facilitar que los medios masivos, y en especial la radio, pase a convertirse en agente impulsador de unas identidades sociales que responden más al nuevo modelo económico que a una renovación de la vida política. Y sobre ese vacío, y sobre la pluralización integradora que contrapesa la unificación de la televisación será sobre los que se apoye internamente la transnacionalización en los años ochenta."(1987:198/9)

Identidad y hegemonía

Siguiendo la lógica de análisis de A. Gramsci: Si la visión del mundo de un grupo privilegiado (supongamos en algún momento de la historia Argentina el "capitalismo financiero"), mediante la difusión que -conciente o inconcientemente- realiza un grupo de intelectuales que divulga dicha visión, logra impregnar el sentido común de los diversos grupos sociales; la misma pasará a ser uno de los elementos constitutivos de las identidades individuales y grupales.

Entonces, si la visión del mundo del grupo privilegiado logra consenso, si logra pasar a ser parte del sentido común, pasa en consecuencia a ser parte de los factores constituyentes de las normas y valores de la mayoría de los integrantes de la sociedad. Dichas reglas formarán parte de la orientación de las prácticas sociales, de las formas en que efectivamente actúan los agentes sociales.

No hay que perder de vista que el conjunto de normas y valores que constituyen el sentido común de un individuo, o de un grupo social, suponen tendencias a la verificación de contradicciones (por ejemplo normas y valores que son contradictorias entre sí: ser católico y apoyar la pena de muerte). Asimismo no es raro encontrar contradicciones entre los valores y normas y las acciones sociales concretas (plantearse estar en contra de la especulación financiera pero hacerlo en la vida diaria).

Claro que, para lograr el consenso alrededor de los aspectos centrales de su visión del mundo, el grupo dominante se ve obligado a hacer concesiones, a ceder espacios culturales y beneficios económicos, su predominio no es monolítico. Los espacios culturales que quedan abiertos son lugar de construcción y reconstrucción de las identidades de los grupos sociales, y las mismas no corresponden más que parcial y provisoriamente a los

intereses de los grupos privilegiados. Ese un espacio privilegiado para la promoción de una sociedad y relaciones más justas, igualitarias y democráticas por parte de los trabajadores sociales que suelen apuntar a convertirse en intelectuales de los dominados, aunque algunos también se convierten en intelectuales de los dominantes.

Volvamos a la idea de que las organizaciones comunicacionales complejas, y los medios industriales de comunicación social, juegan un papel clave en la construcción del sentido común, en la constitución de las identidades. Dice **Marita Mata** en "*Radio: Memorias desde la recepción: Aproximación a la identidad de los receptores*", trabajando en relación a la identidad de los sectores populares: "Abordar cuestiones relacionadas con la identidad de los sectores populares es, sin dudas, ingresar a una zona ambigua y compleja. Es tratar de comprender cómo se responden a esa pregunta dura, "quiénes somos", inseparable de la pregunta por "los otros", que los confirma desde la diferencia. Tal como lo señala Luis Alberto Romero en un estudio sobre los sectores populares latinoamericanos (...) las respuestas a esa pregunta no son inmutables porque **las identidades no son esenciales sino de naturaleza histórica** y porque se constituyen, se disgregan y reconstituyen a través de procesos múltiples en los que compiten, se acoplan y rechazan diferentes vías o fuentes de identificación.

Desde un punto de vista sociológico, entre esas fuentes se reconocen la propia experiencia de los sujetos populares, originada en su práctica social y transformada en representación de sí mismos; las representaciones que "el otro" -las élites- elaboran acerca del "nosotros" popular; las versiones más convincentes y elaboradas sobre la sociedad que se formulan desde el Estado y desde diversas instituciones para asegurar el proceso de reproducción social y también

las que se formulan desde espacios y posiciones críticas o alternativas respecto del orden social existente. Desde una perspectiva comunicativa, podríamos afirmar que las que compiten entre sí, las que se acoplan o rechazan, son un conjunto de interpelaciones, unas maneras de constituir los sectores populares como destinatarios de diferentes tipos de discursos, de diseñar para ellos un posible campo de interacción simbólica y, desde los propios sujetos, unos modos de reconocerse en esas interpelaciones e imágenes y, a su vez, de impugnarlas, trastocarlas y nombrar así la diferencia.

La centralidad que tienen hoy los medios masivos en la producción de los discursos públicos y en la esfera del consumo cultural, hace de ellos una vía privilegiada para la constitución de identidades individuales y colectivas. ...espacios donde también se libra la lucha por el consenso, es decir, donde están presentes aunque de manera desigual las ofertas de sentido realizadas desde el poder y las demandas provenientes de los sectores subalternos..." (1991:42)

HEGEMONIA.

Hace más de cincuenta años el italiano Antonio Gramsci construyó un concepto de hegemonía que sigue siendo útil para entender la sociedad actual, incluyendo el papel de la comunicación social y de los intelectuales. Gramsci trataba de explicar cómo se mantenían en el poder los grupos privilegiados en Europa occidental en las primeras décadas del siglo. Su conclusión central fue que en aquellas naciones en que se había desarrollado una sociedad civil fuerte, estos grupos ya no dominaban por la fuerza, por la pura coerción, sino que lo hacían construyendo y logrando el consenso de los otros sectores sociales, obteniendo que los otros grupos consideraran legítima su dominación dado que compartían al menos parcialmente la visión del mundo del grupo

privilegiado en la distribución de poderes (riqueza, fuerza, saber).

A nivel macrosocial, un grupo tiene la hegemonía cuando ha logrado consenso y su situación de privilegio está legitimada. El consenso se logra en el terreno de lo cultural, en el terreno de las prácticas significantes; es resultado de una "negociación" cultural, que se concreta a través de la creación y difusión de una visión del mundo acorde a los intereses del grupo privilegiado, logrando que los otros sectores consideren que esa visión cubre los intereses generales y sus propios intereses. Logrando que esa visión del mundo impregne el sentido común convertida en normas y valores que orientan las prácticas concretas de los hombres.

Los constructores y difusores de una visión del mundo son los intelectuales. En la época de A. Gramsci se consideraban claves a los maestros en la tarea de divulgación, a la educación. Hoy, se piensa que los principales intelectuales implicados en la construcción del consenso son quienes trabajan en los medios industriales de comunicación social. En otro nivel como lo hemos considerado son intelectuales los trabajadores sociales, que pueden serlo de los dominados como de los dominantes, aunque durante sus estudios se los interpela para que se comprometan en su trabajo con los sectores populares.

Los intelectuales no son sólo los "grandes pensadores". En una escala cualitativa van desde dichos "grandes pensadores" hasta el último burócrata de una oficina.

Son organizaciones y medios de construcción cultural no sólo las organizaciones comunicacionales complejas y los medios industriales de comunicación social, sino también aquellas organizaciones que forman parte de lo "vulgarmente llamado lo privado" que puede ir desde un club de fútbol, a un sindicato, a una comisión barrial, a un

quienes se organizan para formar un ropero comunitario, para reclamar agua potable, a un partido político, a un grupo de señoras que se reúnen a jugar a la canasta...

Cuando predomina el consenso y la coerción se aplica complementariamente hay hegemonía. Si se ejerce dominación con el predominio de la coerción, de la fuerza, como ocurrió en la Argentina de 1976 a 1983, hay dictadura y no hegemonía. En la hegemonía el factor principal es la obtención del consenso, en la dictadura, la imposición de la fuerza.

La hegemonía como producto de una negociación desigual. Esta transacción incluye acuerdos implícitos -la mayor parte de las veces- o explícitos (en las elecciones por ejemplo). Para lograr que las clases menos favorecidas le presten consenso a aquella que ya tiene el mayor poder desde lo económico, debe ceder beneficios y dejar abiertos espacios de producción cultural.

Cómo la "decodificación negociada" no significa que se acuerda totalmente. En una transacción se puede tener conciencia, más o menos difusa, de que algo se gana y algo se pierde. También puede existir una conciencia difusa, o no existir, en el prestamiento del consenso, en el otorgamiento de la legitimidad a un sector de la sociedad que "representa" los intereses generales.

La hegemonía no es monolítica, no es inalterable: los propios espacios cedidos como parte de la "negociación" pueden ser el punto de partida para que el grupo dominante sea desplazado por otro grupo, y excepcionalmente -así lo muestra la historia de este siglo- por grupos que representan o pretenden representar a los sectores más desfavorecidos de la sociedad.

Uno de los rasgos centrales de la hegemonía es su precariedad, no se consigue de una vez y para siempre. Para mantenerla hay que reconstruirla permanentemente. Una vez que un grupo logra el consenso debe mantenerlo

día a día a través de las construcciones culturales, de valores y normas. Y debe encontrar estrategias para recuperarlo cuando se empieza a deteriorar, so pena de perderlo. Para estas tareas de "mantenimiento" han devenido claves los medios industriales de comunicación social. Hay que dejar bien en claro que la mayoría de los agentes sociales que participan en la construcción y el mantenimiento de una determinada visión del mundo no son concientes de su tarea.

No existe una inmensa "conspiración" de parte, supongamos, de quienes trabajan en la televisión, radio o gráfica. Aunque ciertos sectores que participan en diseños de "políticas" -a nivel estatal y privado- sí son concientes de su tarea. Pero aún así, el trabajo que realizan puede ser muy coyuntural, sin una estrategia global explícita de "construcción cultural", y sin embargo existir como resultado una estrategia -no conciente, o no explícita- de tal tipo.

Las versiones del mundo, las definiciones de la realidad, las visiones del mundo... a que ya hemos hecho referencia, son puestas en juego en "la arena" de la construcción social por las prácticas significantes productoras de sentido. Los "modelos de orden social" que son puestas en juego en las prácticas comunicacionales compiten por el logro de la hegemonía.

La hegemonía, considera A.Gramsci, es consenso acorazado de coerción. Se logra con la construcción del consenso, y complementariamente se aplica la fuerza -"a los remisos"- dentro de términos legales que fija el derecho. Si la hegemonía entra en crisis, un grupo con intereses creados puede imponerse dejando de lado el consenso y recurriendo a la fuerza, pasándose de una situación de hegemonía a una de dictadura. En la dictadura la aplicación de la fuerza, de la represión, rompe los límites de la legalidad.

"...Si pensamos que los sentidos acerca del orden social no se imponen (...) consecuentemente miramos los medios masivos como espacios donde se libra la lucha por el consenso, es decir, donde están presentes aunque de manera desigual las ofertas de sentido realizadas desde el poder y las demandas provenientes de los sectores subalternos..." (Mata, 1990:4)

Hay que tener en cuenta que el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci se refiere a los procesos de construcción de consenso a nivel macrosocial, del espacio social general, y que constituyen una red de prácticas estructuradas alrededor de una visión del mundo política. Para no crear confusiones no conviene aplicarlo en otros niveles, aunque el uso cotidiano de la palabra va en el sentido original de la misma, refiriéndose a quien obtiene una primacía en alguna situación.

Si trabajamos en otros niveles, mesociocomunicacional o microsociocomunicacional, por ejemplo realizando investigaciones como planificando el término que pareciera más adecuado es el de **consenso o construcción de consensos**. Así Nidia Abatedaga cuando trabaja sobre la planificación en comunicación no se refiere a cualquier tipo de planificación, una verticalista por ejemplo, sino a una planificación por consensos. Pero tampoco hay que caer en la confusión de pensar que se tratan de procesos disociados, la construcción de consensos a nivel comunitario, organizacional, etc., puede constituirse en parte de un trabajo para el logro, verbigracia, de una hegemonía de parte de las clases subalternas, de la construcción de una visión del mundo que corresponda a los intereses de las mismas, etc.

NIVELES DE ANALISIS DE LO SOCIAL Y LO COMUNICACIONAL MACRO, MESO Y MICRO.

Reiteradamente han ido apareciendo en el transcurso de nuestro trabajo las categorías **macrosocial, mesosocial y microsocia, o macrosociocomunicacional, mesociocomunicacional y microsociocomunicacional**. Incluso adelantamos algunos elementos sobre lo macrosocial. Ahora llegó el momento de detenerse a reflexionar sobre el papel y la utilidad de estas categorías, como también a conceptualizarlas operativamente.

¿Qué tipo de categorías son "macrosocial", "mesosocial" y "microsocial", a las que se les puede agregar el término "comunicacional"? A primera vista se puede considerar que sirven para categorizar lo social en distintas escalas, las que tienen que ver con variaciones en el tamaño, volumen, estructura, con el número de participantes y con las relaciones que abarcan cada nivel, pero también tienen que ver con ciertas significaciones de cada nivel.

Si somos coherentes con los planteos que hiciéramos anteriormente, cuando incluíamos a "lo social" y a "lo comunicacional" como dimensiones de un mismo objeto; debemos considerar ahora a lo "macrosocial", a lo "mesosocial" y a lo "microsocial", al mismo tiempo que lo "macrocomunicacional, lo "mesocomunicacional" y lo "microcomunicacional", de allí surgen las palabras "macrosociocomunicacional", "mesociocomunicacional" y "microsociocomunicacional". Pero, ya tenemos en claro que si nos referimos a los social las dimensiones culturales y comunicacionales están presentes, entonces a veces optamos por el término más corto, incluso podría ser "macrocomunicacional", "mesocomunicacional" o "microcomunicacional".

MACROSOCIAL MACROCOMUNICACIONAL

MESOSOCIAL MESOCOMUNICACIONAL

MICROSOCIAL MICROCOMUNICACIONAL

A su vez las categorías deben funcionar como recurso conceptual-didáctico y no como "compartimentadoras". Cuando dividimos en categorías no pensamos en separaciones tajantes en la realidad, sino en un recurso analítico. En la operación analítica separamos el todo en partes, siempre que exista alguna razón válida para hacerlo, y luego debemos volver a pensar cómo funcionan esas partes en conjunto, debemos reconstituir el todo. La idea es pensar holísticamente: aunque nos estemos centrando en una de las categorías no dejar de pensar en las otras, relacionarla con las otras.

**LO SOCIAL LO SOCIAL
MACROMICROMACROMESO
MICROMICROMESOMACRO
LO SOCIAL LO SOCIAL
MICROMACROMESOMACRO
MACROMACROMACROMESO
LO SOCIAL LO SOCIAL**

Esbozamos qué entendemos por "macrosocial", "mesosocial" y "microsocial" (luego nos detendremos un poco más en cada una de estas categorías o niveles):

* **Macrosocial:** nos ubicamos a un nivel que abarca las prácticas sociales que intervienen fuertemente en la constitución, el mantenimiento, la reforma o el cambio de toda la sociedad. Son prácticas que afectan las estructuras

sociales globales, a las cuales generalmente pensamos a niveles regionales, nacionales, continentales o globales. Es el nivel de análisis del espacio social general del cual las clases sociales son la forma de desigualdad característica, espacio y clases que afectan a los campos y a las desigualdades que se dan dentro de esos campos. Entonces lo macrosocial es parte de las condiciones de producción de toda práctica, se da de la misma en lo meso o en lo micro.

Si consideramos lo comunicacional de este nivel no debemos pensar solamente en los medios masivos de comunicación o aquellos que potencialmente están al alcance de toda la población, porque hay relaciones de comunicación que no son visibles, o que son ocultadas ex profeso, que intervienen en el tejido de los entramados e instrumentos de dominación. Algunos son visibles, algunos podemos inferirlos, otro no salvo que medie una indagación.

*** Mesosocial:** nos ubicamos al nivel institucional, no en el sentido normativo del funcionalismo norteamericano, sino como referencia a organizaciones de distinto tipo, movimientos, etc.

Aquí las prácticas sociales, incluyendo su dimensión comunicacional, están en mayor o menor medida reglamentadas formalmente, normativizadas con cierta precisión por escrito o no. Se establecen posiciones y jerarquías, se fija lo que debe hacer cada uno y lo que no debe hacer –incluso informalmente-. Quién puede comunicar, cómo, cuándo, dónde, qué... No se puede decir lo que se quiere en cualquier momento ni a cualquiera. A medida que el grado de formalización aumenta, que suele ser también burocratización (y no en el sentido de racionalidad) tienden a estar escritas, en forma de reglamentos, buena parte de las normativas. La institución escolar es un ejemplo de ello. Las organizaciones barriales, comunitarios, movimientos de las clases subalternas, etc.,

presentan diversos grados de formalización según el momento y el espacio y proceso histórico en que se inserten.

*** Microsocial:** nos ubicamos a nivel de las prácticas cara-a-cara, incluyendo las prácticas de la vida cotidianas entre individuos en grupos poco formalizados.

Menos formalizados no quiere decir menos normados. No hay un reglamento municipal que diga cómo deben ser las relaciones entre los novios, pero igualmente existen normas respecto de las cuales los enamorados pueden no ser conscientes en absoluto. Puede que haya novios que tomen conciencia de que hay normas que limitan sus relaciones y decidan romperlas (o no), y que esa decisión los lleve a guiarse por normativas alternativas existentes en sociedades pluralistas, o puede que construyan sus normas con ciertas particularidades (establecer relaciones significa ir pautando, sea en forma meramente reproductora, innovadora o transgresora). De cualquier manera quienes tienden a ponerse de novios son quienes ocupan espacios cercanos en el espacio social y en algún campo particular y las afinidades sentimentales tienen que ver con las afinidades en los habitus que hacen que se sientan el uno para el otro porque efectivamente son el uno para el otro.

Volvamos al nivel macrosocial . Si bien todo tipo de práctica esta inserta dentro de este nivel, al utilizarla como categoría didáctica pensamos en las prácticas que intervienen en la constitución, reproducción, modificación o cambio de las estructuras sociales globales. Pensamos en las prácticas sociales, y en los agentes que las producen, los que abarcan en su influencia -potencialmente-a toda la sociedad.

El poder, lo visible y lo oculto

Esto no quiere decir que los únicos protagonistas de las prácticas macrosociales sean grandes grupos de personas, o los representantes electos o aceptados por el grueso de la población. Los grandes propietarios, los grandes capitalistas y financistas, los empresarios, o quienes gerencian las empresas, que pertenecen a la sociedad civil y son claves en la constitución del nivel macrosocial. Son los agentes con más poder en la toma de decisiones que afectan a las estructuras globales de la sociedad. Un grupo muy reducido de personas puede planear y llevar a cabo acciones que provoquen una hiperinflación que afecte la vida de todo el pueblo. Un grupo de fanáticos puede destruir la AMIA o un edificio público en Oklahoma y sus acciones afectar no sólo a sociedades nacionales sino también a la sociedad mundial. El pueblo, los "cabecitas negras", cobraron visibilidad pública cuando ocuparon Plaza de Mayo el 17 de octubre de 1945 y alteraron el curso de la historia argentina. La organización de las clases subalternas, a menudo lideradas por intelectuales provenientes de las clases superiores, ha derrocado a los dominantes más de una vez en la historia de la humanidad. Claro que luego de estos procesos han surgido, en formas diversas, nuevos sistemas de dominación, dando lugar a las *nomenklaturas* de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas o de la República Popular China, que convertían a los miembros de la élite del Partido Comunista y del Ejército "rojo" en sectores con acceso privilegiado a ciertos bienes como viviendas, automóviles, viajes, etc.

El discurso público

Pensando en la dimensión comunicacional de lo social podemos incluir, en nuestra idea de prácticas sociales que funcionan a nivel macrosocial, las que constituyen el **discurso público**. En este caso se trata de discursos

alcanzan visibilidad potencialmente para toda la sociedad, y que tienen la posibilidad de afectar, en mayor o menor, grado a toda la sociedad (a las estructuras sociales globales). El discurso expuesto (público, visible) del Estado, poseedor de un metacapital según Bourdieu, tiene fuerte influencia sobre la construcción de un discurso público que es promovido (Stuart Hall) y tiende a ser hegemónico con la participación de los medios industriales de comunicación social, claro que los sectores dominantes se dividen en fracciones que a su vez compiten entre sí y también es posible que sean fracciones que no ocupan el gobierno las que obtengan visibilidad y tratamiento a favor por parte de la mayoría de los medios masivos, hoy altamente concentrados, sobre todo en unas condiciones de producción donde todavía no se ha aprobado una ley de radiodifusión adecuada a la nueva situación nacional y se sigue con los remiendos de la que viene desde la dictadura militar. La competencia entre fracciones, como las alianzas en apariencias absurdas, se produjeron en el año 2008 durante el conflicto con lo que, mediante una falacia, se denominó "el campo". Al respecto Enrique Lacolla, en su blog y en una columna titulada "Cambalache" señaló: "La distorsión de la verdad, su desfiguración desvergonzada de parte de muchos "comunicadores sociales" (vulgo, periodistas) que de hecho no son otra cosa que escribas a sueldo de sus empresas, a su vez expresivas de un conglomerado de intereses a los que les "preocupa el país" -les preocupa mantenerlo como está, desde luego-, en estos días está alcanzando niveles insoportables. Los columnistas de **La Nación**, por ejemplo, han descubierto que la protesta de los ruralistas contra los derechos de exportación está dando lugar a "una nueva visión de país", y uno de ellos se extasía al descubrir que "nunca los porteños han arropado a la gente del campo" como lo hacen hoy. Según el señor Morales Solá, en sólo 120 días las torpezas del gobierno de Cristina Fernández

lograron borrar "una historia tan larga como la del país, la de las divisiones y suspicacias entre la Capital y el Interior".

Quien dice esto se equivoca a sabiendas. Aquí no hay lucha por el federalismo ni por una efectiva democracia. Lo que hay es la defensa frenética de los privilegios de unos medianos propietarios –ausentistas, muchos de ellos, pues arriendan sus campos a los pooles de la siembra-, aliados a la Sociedad Rural y a los monopolios transnacionales que detentan la mayor parte de una de las tierras más feraces del mundo. Desde esa posición de privilegio, la siempre presente oligarquía ha dirigido los destinos del país desde los tiempos de la organización nacional, salvo breves intervalos. " (2008)

Existe un discurso público potencialmente accesible al grueso de la población en su papel de receptores. En teoría todos pueden ser receptores de los "discursos públicos" de la televisión, de la radio, de la prensa escrita... Pero los intereses y las recepciones se segmentan fundamentalmente en función de capitales económicos y culturales. Algunos compran la revista "Mercado", o perspectivas alternativas a las dominantes en blogs de internet, la mayoría mira el informativo de la televisión.

¿Qué posibilidades reales tiene el grueso de la población de ser emisores. ¿Pueden los ciudadanos comunes informar cuando lo deseen sobre sus ideas, o sobre sus problemas al resto de la población? A veces lo logran, por contactos, realizando acciones llamativas para los medios informativos, quemando las sedes de los tres poderes (Santiago del Estero, diciembre 16, 1994), con los cortes de ruta en Cutral-Co (1997), las marchas de los estatales cordobeses en 2008. Luego suele venir la criminalización de la protesta por parte de los medios.

Pero en definitiva, la libertad de información es para los dueños de los medios de información y para las fuentes que tienen un acceso privilegiado a los mismos. Los medios filtran las posibilidades de que un ciudadano común "aparezca" en el discurso público. Y la aparición puede ser como el sujeto que intenta ganar un premio, martirizado por un supuestamente gracioso conductor. Eventualmente algunos pensamientos divergentes puede tener espacio si son capaces de producir rating o ventas, aquí se aplica la lógica del mercado y del marketing.

Si el discurso público potencialmente está abierto a la recepción del grueso de la población, no ocurre lo mismo con la producción de dicho discurso al que difícilmente acceda, como productor, el ciudadano común. Es el discurso que difunden las organizaciones comunicacionales y medios industriales de comunicación social, donde en todo caso -en los términos de la OCC, el ciudadano puede convertirse en fuente.

Hoy los ciudadanos comunes tienen espacios en algunos medios, especialmente radiales y televisivos (los que otorgan mayor visibilidad inmediata), tales espacios se usan para realizar reclamos (desde la falta de arreglo de un caño de agua a los abusos policiales) a sus representantes, a los gobernantes, o a la justicia, por ejemplo, a través de estos medios. Se convierten entonces efectivamente en mediadores entre dos agentes sociales que deberían tener contacto efectivo directo.

Estas situaciones, en el marco de crisis de representatividad de las instituciones, se extienden cada vez más: los delincuentes se entregan a un periodista, o reclaman "un periodista o un juez". La "justicia mediática" que como en el juicio por el caso María Soledad Morales pone en sospecha a los magistrados. Por todo el país se generaron movilizaciones en contra de la televisación del juicio, esto en un país que ya había olvidado las

movilizaciones espontáneas. El modelo amplía otras movilizaciones posibles. Catamarca potencia las movilizaciones, y las coberturas mediáticas, contra la policía de "gatillo fácil" de la provincia de Buenos Aires.

Los MICS de nuevo aparecen como elemento articulador entre lo público y lo privado.

Para que un tema sea incluido en el **nivel macrosocial**, no incide su **importancia** macrosocial. No necesariamente son problemas serios o importantes. El tema que alcance el **discurso público** puede pasar de ser la redefinición o no del plan económico, hasta la hipotética virginidad de la modelo María Vázquez (1994), pasando por los salarios de los jubilados o los peluqueros de la farándula política, artística o deportiva. Claro que el tema nimio se puede construir como importante cuando se hace público y ocupa espacios en los MICS. Temas intrascendentes, como los divorcios de Susana Giménez, pasan a formar parte de los temas sobre los cuales la gente discute y quita lugar a otros temas.

Estas prácticas a nivel macrosocial se producen a través de organizaciones comunicacionales complejas (Time-Warner-Turner, Berlusconi, El grupo Clarín, LV3, "El liberal", "La Voz del Interior", Canal 8, 10 ó 12, o el Grupo Clarín, por ejemplo) que utilizan medios industriales de comunicación social.

No debemos olvidar que hay discursos que no se difunden a nivel macrosocial intencionalmente. A quienes los producen no les interesa hacer público su discurso, sino la circulación confidencial o secreta. Las "oficinas de prensa" de las instituciones importantes no sólo tienen como función "informar", tienen como función: intentar que los MICS informen lo que a las autoridades de la institución les interesa que se informe, difundir las "versiones oficiales",

tratar de que no se informe sobre otros temas, negarse a informar dado el caso, echar a rodar información sobre algún hecho para conseguir efectos de distracción respecto de otros, etc.

Cuando algunos grupos o agentes sociales poderosos se relacionan con el periodismo, por ejemplo, desarrollan estrategias para lograr que algunas de sus actividades o algunos temas que les interesan tengan una gran e intensa cobertura en los informativos. Esos mismos sectores tratan de evitar que se difundan otras acciones o temas. Puede interesarles que se difunda que ganaron una licitación pública, pero no que tuvieron que pagar alguna cifra por vías ilegales para ser favorecidos con el otorgamiento de la misma. Cuando la empresa Macri fue condenada a pagar una multa importante por evasión de impuestos, comenzó una lenta campaña de recuperación de imagen, que por ejemplo implicó que Macri padre no apareciera durante un tiempo frecuentando la "farándula" como sabía hacerlo (destematizada la evasión de los medios hoy vuelve a aparecer en los espacios de "la farándula"¹⁸).

Los intentos de manipular lo que se informa y lo que no se informa no son sólo atributo de los poderosos. Casi todos tratan -conciente o inconcientemente- de que se difunda y acepte su versión, todos tienen intereses creados (en millones de dólares, o "en qué dirán en el barrio") y buscan que se informe de acuerdo a esos intereses (aquí ya hablamos de información por cualquier vía y a cualquier nivel), de acuerdo a sus normas y valores. Supongan el caso -no sacado de la imaginación- de una escuela que despierta a una docente soltera que queda embarazada

¹⁸ "La farándula" es esa corporación multiforme y grotesca donde se unen quienes forman parte hoy del mundo del espectáculo : actores, productores, industriales y empresarios que no cultivan el bajo perfil, deportista, periodistas y, por supuesto, políticos.

¿Cómo maneja el tema de la información pública sobre el tema?

Los comunicadores y/o los trabajadores sociales cuando trabajan con sectores de las clases subalternas deben colaborar, como señala Judith Gerbaldo "estrategias y planes para llegar a los medios y a la opinión pública" (aunque nosotros consideramos que esa *opinión pública* es básicamente una construcción periodística) y considera a esa planificación necesaria porque "el aparecer en los medios no tiene mucho sentido si no logramos que eso sirva para que nuestros reclamos sean considerados legítimos." (1999)

Al considerar el nivel macrosocial hoy tendríamos que tener en cuenta un nivel **macrosocial planetario** -por ponerle algún nombre- que abarca el discurso público que tiene difusión en todo el planeta, al menos potencialmente. El discurso neoliberal tuvo esa chance, el discurso *imperial* de Bush también para invadir Afganistan e Irán, aunque hoy está resquebrajado.

En resumen, el nivel **macrosocial** comprende el conjunto de prácticas socio-comunicacionales que afectan las estructuras sociales globales, sean prácticas públicas o no. especialmente en la constitución de los discursos públicos. En las sociedades contemporáneas son importantes las prácticas que se producen, o se difunden, y se promueven a través de las organizaciones comunicacionales complejas y los medios industriales de comunicación social. También es clave los que los medios hacen desaparecer de la visibilidad pública, actores como problemas.

Los MICS, sin embargo, no son condición sine qua non para que un discurso, un tema, alcance el nivel de lo público, para que alcance visibilidad macrosocial. Ha habido

movimientos y discursos de resistencia u de oposición que, aún en férreas dictaduras, han llegado a hacerse conocer en toda la sociedad vía boca en boca, por cartas, haciendo circular mensajes en cassettes (que colaboraron a la caída del Sha en Irán), o la acción en la calle como durante las acciones que llevaron a la renuncia de De la Rúa. Han caído estrepitosamente gobiernos que controlaban todos los medios masivos de comunicación. Perón solía pronunciar una frase que decía, más o menos, que había sido derrocado cuando tenía todos los medios a su favor y que logro volver al gobierno a pesar de que durante mucho tiempo estuvo proscripto y su nombre no podía aparecer en los informativos.

NIVEL MESOSOCIAL

Se refiere al tipo de comunicaciones que ocurren a nivel institucional. Supongamos una institución dedicada a la educación o a la salud (podría ser un "Ministerio de Salud" o un hospital o la Facultad de Medicina) o una cooperativa, una organización comunitaria, barrial, etc

Las prácticas comunicacionales que se realizan a nivel institucional están altamente formalizadas. ¿Esto qué quiere decir: Que las comunicaciones están explícitamente normatizadas, muy "reglamentadas" y "jerarquizadas", por eso mismo son más previsibles. Hay un nivel donde está claramente establecido (aunque no haya un reglamento escrito) qué se puede decir a quien en qué momento, etc. Si nos cortamos un dedo y le pedimos al Director del Hospital XX que lo limpie, desinfecte y vende, es muy probable que nuestro pedido sea coléricamente rechazado. Si nos equivocamos de oficina para hacer una consulta nos envían a la "que corresponde".

Un cartel a la entrada de una escuela secundaria podría decir "los alumnos deben ingresar correctamente vestidos".

La comunicación se atiene a ciertas "formas" incluso en lo que hace al lenguaje de la vestimenta (una práctica comunicacional, vestirse cada mañana es organizar un discurso que emitiremos al atravesar la puerta de calle). Cierta forma de vestirse es inevitable para poder permanecer en ciertas instituciones. Si un militar concurre a un desfile con paraguas lo darán de baja. Una acción de una organización barrial para tratar de llamar la atención sobre el hecho de que han estado una semana sin luz, puede terminar condenada por los medios que ponen su acento en como el corte de una ruta entorpece el "libre tránsito", en este último caso tenemos una relación entre distintos niveles.

Paralelamente a las "comunicaciones oficiales" se establecen otras "no oficiales", y las "oficiales" pueden ser modificadas, ironizadas y eventualmente anuladas simbólicamente.

NIVEL MICROSOCIAL

Lo constituyen las prácticas de individuos y grupos a nivel de la vida cotidiana, de la vida de "todos los días". Pero -como ya vimos- en las situaciones de contacto directo hay un nivel de funcionamiento "microsocial" en las instituciones (nivel mesosocial) y en lo macrosocial.

Aquí, los individuos, formando parte de distintos grupos se relacionan cara-a-cara (pero también podrían hacerlo por teléfono o por carta, medios bastante personalizados), existen menos formalidades. Menos formalidades no quiere decir que no existan normas que establecen qué se debe hacer y qué no, sino que no está reglamentado por escrito, por ejemplo. Suelen existir normas bastante precisas a nivel de grupos familiares, de amigos, de vecinos... sin embargo dichas normas pueden ser al mismo tiempo ambiguas, imprecisas y modificables cotidianamente.

Recapitemos. Acabamos de pensar las prácticas comunicacionales que tienen lugar en los siguientes niveles:

- * **Nivel macrosocial**
- * **Nivel mesosocial**
- * **Nivel microsocial**

No se trata de sectores diferenciados sino de construcciones conceptuales que se deben articular para comprender como funciona la sociedad. Permanentemente habrá que relacionar las prácticas socio-comunicacionales y sus manifestaciones y **articulaciones** a niveles macro, meso y micro.

LOS MEDIOS

Comunicaciones sin transposición y con transposición. El soporte material del discurso.

La comunicación puede ocurrir **sin transposición** (sin soporte material del discurso externo al sujeto), o puede existir **transposición** (mediación por soporte material del discurso externo al sujeto). Los **medios de comunicación** abarcan ambas categorías: existen "medios" tanto cuando hablamos a los gritos como cuando nos comunicamos a través de una radio que incluye bastante más que el micrófono. Consideremos un momento aquellas situaciones de comunicación que ocurren sin transposición. Nos dirigimos a alguien que se encuentra cerca nuestro hablándole, a alguien que se encuentra lejos nuestro -pero es visible- por gestos. Mostramos nuestro disgusto al vendedor que trata de timarnos frunciendo las cejas, claro podríamos también recurrir a una imprecación que involucrara a su madre, darnos media vuelta y retirarnos del negocio, o dar media vuelta al vendedor de un puñetazo. Podemos cantar a capella, danzar, conversar durante horas

con un grupo de amigos, etc. Al realizar cualquiera de estas prácticas no utilizamos ningún medio exterior a nuestro propio cuerpo, recurrimos a los elementos con que contamos biológicamente, o que han sido desarrollados sobre la base de algún soporte biológico: no nacimos sabiendo hablar, pero no podríamos hacerlo sin algunos soportes físicos de nuestro cuerpo. A esto nos referimos cuando decimos "sin transposición": no hay ningún recurso físico artificial exterior a nuestro cuerpo (salvo los naturales como puede ser el aire que permite la transmisión del sonido).

En cambio cuando quiero dirigirme -sin trasladarme físicamente- a un familiar que se encuentra en Allen, en Las Breñas, en Cosquín o en Reyjavick, puedo hacerlo a través de un fax, una carta, el teléfono, enviando un CD O DVD grabado por el correo, o por E-mail (correo electrónico), o chatear, o mandar mensajitos por el celular... o de muchas otras formas. Si gritara, por más que me esforzara, no me escucharían. Steven Spielberg cuando quiso contarnos en soporte fílmico la historia de "Jurassic Park", puso en funcionamiento una organización de personas especializadas y un despliegue tecnológico complicadísimo, desde ese momento el despliegue tecnológico digital es la base del cine de acción norteamericano ultracomercial -y van quedando pocas excepciones que no lo sean-.

Puedo abrir la puerta de calle y asomarme a "ver como está el tiempo" recurriendo a mis sentidos, o escuchar los datos sobre el mismo en la radio o en la televisión, o guiarme por el pronóstico del diario del día anterior.

Es obvio que gran parte de las comunicaciones que recurren a una transposición tecnológica registran acciones donde personajes de carne y hueso ponen en funcionamiento sus "recursos incorporados". El presentador del noticiero que llega a nosotros por transposición de la tecnología televisiva es de carne y hueso y habla... salvo

que sea el periodista creado por la computadora de la serie televisiva *Maxheadroom*.

Las organizaciones de los sectores subalternos deben evaluar cuales son los soportes accesibles y disponibles para ellos, Nidia Abatedaga enumera algunos: buzón de comunicaciones, cartas, carteleras, carteles, cartillas, casetes-foros, cronogramas e informes de avance de la planificación, cuadernillo de bienvenida, folletos, línea de teléfono, manuales de estilo, medios electrónicos, mobiliarios y entorno físico, publicación institucional, retiros-eventos, radio/altoparlante, reuniones, sondeos o encuestas de opinión, video-conferencias y volante (2008: 193 a 196)

¿Qué son los medios?

Hasta ahora faltaba un "dato". Si bien nos hemos referido a los **medios** a menudo no los habíamos conceptualizado. Ya tenemos elementos suficientes como para hacerlo rápida y operativamente: pueden considerarse "medios" a **aquellos instrumentos utilizados para comunicarse con otros**.

Si bien existen medios que no suponen "transposición" (sin soporte material externo al sujeto), fundamentalmente vamos a tratar con aquellos que suponen transposición tecnológica (mediación por soporte material externo al sujeto). Nos referimos a los recursos tecnológicos no personales que se utilizan en la comunicación entre personas, grupos, organizaciones, instituciones, etc., etc., etc. (De una llamada telefónica a una teleconferencia, del cartelito con el nombre de la calle a la autopista informática).

Tanto en el lenguaje cotidiano como en los discursos especializados de los estudiosos **suele sustituirse al todo por la parte**, y se utiliza la palabra "medio" para denominar complejas prácticas comunicacionales, respecto de las cuales hemos venido hablando en este capítulo. El "medio" es simplemente un elemento, un recurso, un "medio

para...", que tiene un lugar dentro de las prácticas comunicacionales. Esos "medios" son cada vez más sofisticados tecnológicamente, pero no por ello dejan de ser un "medio". Eso no significa desconocer que las tecnologías tienen cada vez mayor incidencia en las sociedades contemporáneas. Esto no quiere decir que las tecnologías sean unos "sujetos" con vida y voluntad propia, aún teniendo en cuenta las consecuencias previsibles e imprevisibles que puede tener una nueva tecnología.

Nos referimos a la televisión y le achacamos bondades o males de la sociedad. Por ejemplo, unos dicen que la democracia se desnaturaliza con la televisión, otros que gracias a la televisión ha aumentado el grado de democratización de las sociedades. Sin embargo la cuestión no pasa totalmente por la televisión. Aplicando lo que decíamos en el párrafo anterior, no podemos considerar a la televisión en sí como un "actor social" bienhechor o maléfico para la vida de los hombres. La televisión es un aspecto tecnológico manipulado por hombres que forman parte de complejas organizaciones comunicacionales ("organizaciones comunicacionales complejas").

Entonces, no debemos equiparar "comunicación" o "comunicación pública" con "tecnologías comunicacionales". Reiteramos que esto no quiere decir que las tecnologías sean intrascendentes, al contrario, es un aspecto central de las comunicaciones contemporáneas. En los sesentas el canadiense Herbert McLuhan dijo "El medio es el mensaje" (1974:9), refiriéndose a que los medios habían pasado a ser más importantes que lo que en ellos se decía y difícilmente - hoy- podríamos refutar totalmente esta aseveración, como tampoco compartirla totalmente.

TIPOS DE MEDIOS

El español José Luis Dader, "...desde la óptica del **tipo de medios que permiten organizar el proceso de**

comunicación y servir a una macrocomunicación o una microcomunicación", distingue entre:

* "**Medios personales de comunicación cara a cara.** Fundamentalmente naturales, como la palabra, aunque a veces puede existir algún instrumento técnico amplificador del alcance y por lo tanto del número de integrados en el proceso."

* "**Medios artesanales de comunicación.** Fundamentalmente técnicos o elaborados (cierto grado de organización) que permitirían una experiencia ya indirecta o conocimiento indirecto entre los interlocutores. En este tipo de medios habría que incluir por ejemplo las concentraciones públicas, o también los **medios técnicos micromultiplicadores** de un mensaje." (Ejs. las fotocopiadoras, impresoras de P.C., máquinas de escribir, parlantes, mimeos, diskettes, cassettes, CDs, DVDs, etc.).

* "**Medios industriales de comunicación social.** Que incluirían a todos los instrumentos macromultiplicadores de los mensajes, de acuerdo con procesos de reproducción de cada unidad informativa tendencialmente infinita y gracias a la organización de empresas centralizadoras de los distintos elementos previos y posteriormente distribuidoras hacia todos los sectores de la sociedad." (Dader, 1983: 106/7)

No se pueden separar las distintas categorías -por lo menos este tipo de categorías- en forma tajante, entre una y otras existen gradaciones e incluso zonas grises difíciles de definir.

Podemos pensar que años después de que J.L. Dader propusiera esta categorización, la misma -ante los cambios los medios mismos- puede ser insuficiente. ¿Es adecuado hablar hoy de "medios artesanales" para referirse a los casos que se refiere? ¿Cómo categorizaríamos los avances en los medios industriales de comunicación social que, utilizados por empresas comunicacionales, se pueden dirigir

tanto a públicos específicos (segmentos) como a todos los sectores de la sociedad?

Consideramos que hoy, **los medios industriales de comunicación social**, con el desarrollo de las nuevas tecnologías y la segmentación de públicos, podrían reconceptualizarse como:

Los instrumentos macro o micromultiplicadores de los mensajes, de acuerdo con procesos de reproducción particularizados o masivos, que gracias a organizaciones comunicacionales complejas pueden distribuir sus mensajes a todos los sectores del planeta o a receptores particularizados según el caso.

En este proceso los "medios artesanales" o "medios técnicos micromultiplicadores" serían absorbidos en buena medida por las organizaciones comunicacionales complejas y los medios industriales de comunicación social.

Roberto von Sprecher. Córdoba. Agosto 3. 2008.
(El texto en que se basa el presente fue escrito en 1994 y a través de los años fue modificado, ampliado y, esperamos, clarificado conceptualmente)

APENDICE

Raymond Williams considera que existe un grado variable de distancia entre las prácticas específicas de producción cultural y las relaciones predominantes en el sistema capitalista o capitalista de Estado. (1982: 176 y ss.) Si en las prácticas modernas de trabajo, las relaciones sociales que organizan las prácticas son **la propiedad privilegiada de los medios de producción y el trabajo asalariado**, habrá un grado variable de determinación de las prácticas culturales específicas por parte de esas relaciones sociales más generales.

Así, remarca Williams, ciertos tipos de producción cultural están directamente determinados por "lo económico", pero existen otros tipos de producción cultural que, como mínimo, están indirectamente determinadas, e incluso algunas producciones culturales que operan por fuera de las condiciones de trabajo asalariado. Remarca entonces **grados de reproducción y de autonomía variables** al enfocar la dinámica **de las producciones culturales**.

Observa que, en el caso de los diarios y los programas de televisión, se ha producido una integración efectivamente predominante de la producción cultural con las condiciones generales de la propiedad privada de los medios de producción y el consiguiente empleo (trabajo asalariado) de los productores culturales reales.

Al considerar el cambio social y el cambio cultural, considera formas de producción cultural que son dinámicas: anacrónicas o arcaicas, residuales, dominantes, emergentes, alternativas e innovadoras.

Las formas dominantes son aquellas, como la prensa y la televisión, donde está clara la alineación con las relaciones sociales de producción más generales.

Las formas arcaicas o anacrónicas, son formas que persisten en el tiempo, pero han perdido significación. Al contrario **las formas residuales** son obras realizadas en sociedades y en épocas anteriores, pero que aún resultan accesibles y significativas. Claro está, que las formas dominantes tienden a incorporar a las residuales, pero estas también podrían derivar en formas alternativas (emergentes).

Las formas emergentes, lo emergente, son obras de tipo nuevos que son accesibles como prácticas, pueden

mantenerse como alternativas –perturbadoras y tendiendo a atacar lo dominante en cualquiera de sus formas- a las dominantes o ser absorbidas por aquellas y entonces se convierten en simples innovaciones de aquellas.

(Williams, 1980, 1982)

BIBLIOGRAFIA

- Abatedaga, N. (Comp.) (2008) *Comunicación. Epistemología y metodología para planificar por consensos*. Editorial Brujas. Córdoba.
- Barbero, J. M. (1987) *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili. México.
- Bateson, G. y otros (1990) *La Nueva Comunicación*. Editorial Kairos. Barcelona.
- Bourdieu, P. (1991) *El sentido práctico*. Taurus. Madrid.
(1988a) *Cosas dichas*. Gedisa. Buenos Aires.
(1988b) *La distinción*. Taurus. Madrid.
- Dader, J.L. (1983) *Periodismo y pseudocomunicación* Política. EUNSA. Pamplona.
- Díaz Bordenave, J. (1985) *Comunicación y Sociedad*. Búsqueda. Bs. Aires.
- Eco, U. (1973) *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Lumen. Barcelona.
(1996) "Academias telemáticas". En el diario *La Nación*. Buenos Aires.
- Ford, A. (1995) "La honda de David. antropología, comunicología, culturología en el tercer mundo". En revista *Causas y Azares*. Buenos Aires.
- Foucault, M. (2004) *El orden del discurso*. Tusquet. Buenos Aires. (1973)
- Gerbaldo, J. (1999) *Comunicación*. Capacitación para organizaciones de base. Paquete Audiovisual Didáctico. Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad. Presidencia de la Nación, Secretaría de Desarrollo Social. Buenos Aires.
- Giddens, A. (1993) *Las nuevas reglas de método sociológico*. Amorrortu. Bs. Aires.
(1995) *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu. Buenos Aires. [1984]
- Gutiérrez, A.B. (1995) *Pierre Bourdieu: las prácticas sociales. Dirección general de publicaciones*. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- Lacolla, E. (2008) *Cambalache*.
<http://www.enriquelacolla.com/sitio/nota.php?id=38>
- Laclau, E. (1993) *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Nueva Visión. Buenos Aires.
(1996) *Emancipación y diferencia*. Ariel. Buenos Aires.
- Laclau, E. y Mouffe, Ch. (1987) *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Siglo XXI. Madrid.
- Moraña, O. (1973) "Clase Nº 1. Apuntes Cátedra «Teoría y Metodología de la Comunicación Social»". Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Mimeo. Córdoba.
- Mata, M.C. (1988) "Comunicación popular de la exclusión a la presencia". Mimeo. Córdoba.
(1990) "Recepción e Identidad Popular". Mimeo. Córdoba.
(1991) "Radio: Memorias de la Recepción. Aproximación a la Identidad de los Sectores Populares". En revista *Diálogos* Nº 30. FELAFACS. Lima.
(1995a) "Públicos y consumos culturales en Córdoba". Informe de Investigación Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba. Junio 1995.
- Mata, M.C. y Scaraffia, S. (1993) *Lo que dicen las radios*. ALER. Quito.
- Morley, D. (1994) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu. Buenos Aires.
- Morley, D. y Kevin, R. (1995) *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. Routledge. Londres.
- Schmucler, H. (1997) *Memoria de la comunicación*. Biblos. Buenos Aires.
- Verón, E. (1986) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Legasa. Bs. Aires.

(1993) *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa Editorial. Barcelona. 1993.

von Sprecher, R. (1997) *Comunicación e identidad, en la era de la utopía tecno-comunicacional de mercado*. Editorial JCV. Córdoba.

(1999) *La red comunicacional. Introducción a la Comunicación social*. Editorial JCV. Córdoba.

Williams, R. (1980) *Marxismo y literatura*. Ediciones Península. Barcelona
(1982) *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós. Barcelona.

MATERIAL PARA ACTIVIDADES PRACTICAS UNO:

Diario La Nación. Martes 17 de abril de 1997. P. 12

“Con dolor despidieron a Teresa

Por Mariano Obarrio (enviado especial)

CUTRAL-CO.- La gente salió en masa a las calles de escaso asfalto y abundante polvo, en silencio, para despedir los restos de Teresa Rodríguez, que falleció el sábado último de un tiro en la carótida por la feroz represión de la Gendarmería los «piqueteros» y «fogoneros», que cortan aún la ruta 22 por un reclamo de fuentes de trabajo.

La revuelta social excedió largamente el conflicto docente.

La humilde población de Cutral-Có-Plaza Huinca aplaudió al paso del féretro, mientras comprendía que Teresa es la segunda víctima fatal de las puebladas por el desempleo, pese a que ella, con 27 años y tres hijos, trabajaba como empleada doméstica. Hace un año exacto Víctor Choque murió en Tierra del Fuego.

Neuquén transita por una paradoja desgraciada. Es una hoguera en potencia. Comienza a escasear el combustible en estos pueblos petroleros, con 50.000 habitantes y 5000 jefes de familia desocupados, desde la privatización de YPF. Precisamente frente a la destilería de la empresa, ayer no dejaron de arder los neumáticos y la madera.

Nadie puede ingresar en Cutral-Co-Plaza Huinca, excepto si los «fogoneros», con rostros cubiertos, lo permiten expresamente. «Vieja, ¿me permitís tu credencial?», exigió un corta-ruta de cara sucia. «Sí, soy de LA NACION», se presentó el cronista, en escena grotesca. «Que pase...» se oye del fondo. Más adelante, a 20 metros, se franquea otra barrera con guardias de rostro desconocido.

Las delegaciones de la CGT de Neuquén y Río Negro no tuvieron suerte. Pretendieron concurrir al entierro de Teresa. Debieron dar media vuelta, insultados. «¡Traidores, ¿por qué no vinieron

antes?», fue lo menos que escucharon. Por poco no fueron agredidos.

Ni «piqueteros», ni «fogoneros» -los más violentos- parecen revolucionarios. Más bien, son desesperados. No hay ideologías, sin hambre, en la pelea. Lo que elegantemente se denomina una «condición social insatisfactoria».

«No entiendo... me duele la lucha entre argentinos, como si fuesen enemigos», se consternó el obispo de Neuquén, Agustín Radrizzani, tras celebrar la misa de cuerpo presente de Teresa, en el Gimnasio Municipal de Cutral-Co. Había también líderes religiosos de otros credos, llegados desde Buenos Aires.

«Mi declaración es sólo un sí a la vida; no a la violencia», dijo Monseñor Radrizzani ante 6000 personas.

Unos 15.000 neuquinos, en total, saludaron el paso del féretro a lo largo de un trayecto de 3000 metros hasta el cementerio de Cutral-Co. La marcha lenta y silenciosa de la caravana interminable era aplaudida por familias que emergían de sus casas. Ningún local comercial abrió.

“Justicia», se oyó tibiamente. Se trataba de un mitin espontáneo; organizado por ellos. Hombres y mujeres de Cutral-Co, de edad cualquiera, transmiten en su mirada haber sido alcanzados por mucho más que una bala. Un cronista evocó: «Es el calco del funeral del soldado Omar Carrasco, en Zapala”.

El cajón de Teresa, envuelto en una bandera argentina, fue ingresado en el cementerio entre la multitud. Familiares, amigos y piqueteros lo transportaban. Un paso atrás, el padre de la víctima, Miguel Rodríguez, contenía a sus nietos y a su esposa. Juntos, vieron ingresar el féretro en el nicho.

El sol se desplomaba; el polvo y la tierra acuchillaban los ojos. Y viento, entonces, empezó a soplar con furia.”

GUIA: Por favor, contesten a las siguientes preguntas por escrito:

- **Identifiquen a los agentes sociales que aparecen en esta crónica.**
- **¿Cuáles son los soportes materiales de sentido que utilizan en sus intercambios estos agentes ?**
- **¿Hay en el relato discursos que no sean verbales? ¿Cuáles?**
- **Traten de reconstruir las condiciones de producción de los discursos.**

- **Traten de reconstruir el sentido de por lo menos un par de discursos que aparezcan en la crónica.**

MATERIAL PARA ACTIVIDADES PRACTICAS DOS:

Lacolla, Enrique (2008) *Cambalache*.

<http://www.enriquelacolla.com/sitio/nota.php?id=38>

Cambalache
(julio 17, 20089)

El acto en el Monumento de los Españoles mostró la convergencia contra natura de elementos políticos que hasta aquí habían sido como el agua y el aceite. Esto expresa una mezquindad política que, por desdicha, no es exclusiva de la oposición.

La fractura de las huestes gubernamentales con motivo del tema de las retenciones no debería ser evaluada como un revés por quienes desean que el país se encolumne detrás de un proyecto nacional coherente y provisto de motivaciones estratégicas. Al contrario, debería ser la oportunidad de liberarlo de tanta morralla y de comenzar a establecer las conexiones y los valores que son necesarios para conquistar el futuro. Para esto es preciso hablar con franqueza, sin esos circunloquios y eufemismos a que nos ha acostumbrado la era de lo "políticamente correcto" a la que ingresó el país después de la dictadura.

El acto del frente agrario realizado en el Monumento de los Españoles, en Buenos Aires, fue revelador en más de un sentido. Como en el "cambalache" mentado por Discépolo, allí se reunieron la Biblia y el calefón. La Sociedad Rural, las Confederaciones Rurales Argentinas, la Federación Agraria, Lilita Carrió, Chiche Duhalde, Patricia Bullrich, José Manuel de la Sota, Ricardo López Murphy, Luis Barrionuevo, la Sra. Pando y los supérstites de la ultraizquierda Vilma Ripoll, Castells y otros de su laya que, como de costumbre, hacen de la equivocación un credo, se agruparon

para sostener un proyecto de país inmóvil, de inmoral concentración de la riqueza, de cerrazón ideológica, de oscuras pulsiones racistas y de oportunismo corto de miras.

¡Pero si en estos días se ha vuelto a descalificar al pueblo que apoya al bando que defiende los derechos de exportación con una frase de triste recuerdo! Esa frase –"en Plaza del Congreso va estar presente el zoológico", proferida por Alfredo de Angeli- tiene una definida connotación racista y, lo sepa o no quien la profirió, hace eco a otra del diputado Ernesto Sanmartino quien, durante la primera presidencia de Perón, se refirió a la masa de votantes que lo había puesto en la presidencia el 24 de febrero de 1946, definiéndola como un "aluvión zoológico".

Quizá correspondería enmendarle la plana al Sr. De Angeli diciendo que de ese zoológico se han escapado los gorilas como él... Es probable que no interpretase esta calificación como un insulto; después de todo, "deben ser los gorilas, deben ser" fue una canción de moda allá por los '50, y la frase fue recogida como un lema de batalla por quienes pronto se convertirían en los "comandos civiles", de triste memoria.

La distorsión de la verdad, su desfiguración desvergonzada de parte de muchos "comunicadores sociales" (vulgo, periodistas) que de hecho no son otra cosa que escribas a sueldo de sus empresas, a su vez expresivas de un conglomerado de intereses a los que les "preocupa el país" –les preocupa mantenerlo como está, desde luego-, en estos días está alcanzando niveles insostenibles. Los columnistas de **La Nación**, por ejemplo, han descubierto que la protesta de los ruralistas contra los derechos de exportación está dando lugar a "una nueva visión de país", y uno de ellos se extasía al descubrir que "nunca los porteños han arrojado a la gente del campo" como lo hacen hoy. Según el señor Morales Solá, en sólo 120 días las torpezas del gobierno de Cristina Fernández lograron borrar "una historia tan larga como la del país, la de las divisiones y suspicacias entre la Capital y el Interior".

Quien dice esto se equivoca a sabiendas. Aquí no hay lucha por el federalismo ni por una efectiva democracia. Lo que hay es la defensa frenética de los privilegios de unos medianos propietarios

-ausentistas, muchos de ellos, pues arriendan sus campos a los pooles de la siembra-, aliados a la Sociedad Rural y a los monopolios transnacionales que detentan la mayor parte de una de las tierras más feraces del mundo. Desde esa posición de privilegio, la siempre presente oligarquía ha dirigido los destinos del país desde los tiempos de la organización nacional, salvo breves intervalos. Y lo ha hecho de acuerdo a criterios inmovilistas, que hacen del monopolio de la renta diferencial agraria el núcleo de un poder desde el cual se han opuesto siempre a cualquier transformación dinámica del país, que promueva su industrialización e incorpore a la corriente de la historia las enormes extensiones que están fuera de la pampa húmeda. No es de sorprender que los sectores de la clase media porteña, alienados de la comprensión de la realidad del país profundo, educados en la nefasta dicotomía entre civilización y barbarie y habitados por el rechazo racista que subyace a esta concepción, respalden bobamente, como lo han hecho en tantas otras ocasiones, a las operaciones psicológicas que conspiran para mantener las cosas como están, incluso a través del golpe de Estado.

Ahora bien, lo desesperante de todo esto es que, hoy por hoy, del otro lado, no termina de percibirse una decisión firme de llevar adelante la transformación anunciada. Por un lado, el Gobierno equivocó sus políticas al no introducir oportunamente la discriminación entre los distintos tipos de campo que se conocen en Argentina, y al descargar el peso de las retenciones sobre los medianos productores sin atender a los más importantes y despiadados beneficiarios del modelo sojero: las multinacionales como Cargill y Monsanto. ¿Fue casual esto? ¿Responde a cierta complicidad implícita?

Por otro lado, el núcleo de la propaganda oficial en pro de las retenciones es, como rezaba el cartel que presidía el escenario en la Plaza de los Dos Congresos, "en defensa de la mesa de los argentinos". Finalidad irreprochable, comprensible y defendible, pero inválida si no se la acompaña con la decisión de transformar al país de arriba abajo, redireccionando no sólo los excedentes de la producción agraria sino los del sistema financiero, combatiendo de veras la evasión y promoviendo una reforma impositiva de

carácter progresivo que permita invertir en el país, de acuerdo a un plan predispuesto que contemple la potenciación educativa, el desarrollo tecnológico, las comunicaciones y el sostén a las industrias de punta. Si no se hace esto, se estarán quizá paliando los males mayores y suscitando un progreso muy temperado, pero seguiremos atados en lo esencial al monocultivo de commodities, sin capacidad de reacción propia en un mundo en el cual la inestabilidad crece y el apetito por los recursos naturales se está tornando en el impulsor de políticas agresivas en gran escala y que en cualquier momento pueden rematar en un desastre de magnitud global.

Un mundo interconectado

Hay que acostumbrarse a leer la realidad en la interacción de sus múltiples facetas. Es difícil, pero necesario: hay que ver las contradicciones que nos rodean en su conexión con las que están desparramadas por el mundo. Nada es ajeno a nada. La habilitación de la IV Flota de Estados Unidos en aguas del Caribe es un dato inquietante que por supuesto no es el fruto de la preocupación norteamericana por combatir el narcotráfico. Incluso el observador más ingenuo sabe que apunta contra el experimento venezolano de presidente Hugo Chávez. Pero lo que quizá no percibe es que también responde a la posibilidad cierta de un desastre mayor en el Medio Oriente, que podría hacer a Estados Unidos más dependiente de los recursos petrolíferos no sólo de Venezuela sino también de otros países latinoamericanos. ¿Es casual que la creación de ese nuevo comando coincida con el descubrimiento de inmensos yacimientos petrolíferos frente a la costa del Brasil? ¿Es mera coincidencia que Gran Bretaña propulse en esos momentos la expansión de su área antártica en detrimento de los derechos de Argentina y Chile? La convicción de que una gran cuenca petrolífera austral se extiende frente a Argentina y rodea a las Malvinas, ¿no puede tener algo que ver con esta iniciativa? Y después dicen que la guerra por el archipiélago fue tan solo la consecuencia de la ocurrencia de un "dictador borracho"...

El lavado de cerebro a que es sometido el público en Argentina tiene en el conflicto agrario una expresión relevante. Mientras el

país se tensa en torno de una cuestión que afecta a un sector productivo que sólo aporta el 5,3 por ciento del PBI y evade impuestos en gran escala, se utiliza la expresión "dos modelos de país" para definir las trincheras opuestas. Y bien, no hay tal. Tenemos un modelo mezquino, rapaz, de vocación minoritaria, configurado mentalmente en dependencia del exterior y subliminalmente racista; y otro de mejores características, sin duda preocupado por el sostén de una Argentina más independiente de cara al imperialismo y deseoso de una módica redistribución del ingreso que consienta un avance lento hacia una mayor armonía social, pero hasta ahora sin voluntad de promover una ruptura y envuelto en una especie de pacifismo comodón que se interpone como una cortina de humo entre el público y el contorno de las cosas.

No se trata de pacifismo, sin embargo, sino de una especie de pereza histórica poseída por la difusa convicción de que aquí todo termina por arreglarse porque "Dios es argentino" y nos ha favorecido con una riqueza inagotable que, una y otra vez, nos va sacar de apuros pues, como decía Georges Clemenceau, este país está tan bien provisto que los argentinos no pueden arruinarse aunque quieran hacerlo.

Revés en el Senado

Pasada –por el momento- la hora de los golpes militares, hemos entrado a la era de la desestabilización institucional para la consecución del golpe de Estado. Este no tiene por qué pasar por el derrocamiento de la Presidenta, sino por su desgaste y puesta en sazón para un relevo que recaería en uno de los equívocos "radicales K", el Sr. Julio Cobos, vicepresidente de la República y presidente del Senado, quien se encargó de desempatar la votación en torno de las retenciones móviles a favor de los que se oponían a estas.

Cualesquiera sean sus límites y cualesquiera sean nuestras divergencias en lo referido a su accionar, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner es, hoy por hoy, el único reparo que existe frente a la reviviscencia de la oleada neoliberal que se advierte detrás del tumulto agropecuario y de la ebullición del Barrio Norte,

simbólicamente desplegados entre la Sociedad Rural y la embajada norteamericana. El rechazo del Senado a las retenciones móviles demuestra que la base política sobre la que se asentaba este gobierno se ha fracturado.

No era fatal que sucediera de este modo. Si en 2003 se hubiera procedido con decisión en la enmienda de los costados enfermos del país, y si tres años atrás se hubiera procedido a despejar los bloqueos de los piqueteros "paquetes" de Gualeguaychú, que violaban de manera flagrante el derecho internacional, en vez de alentarlos por razones de un oportunismo electoral corto de miras, no habríamos llegado a este nivel de licuación de los poderes del Estado.

Sin embargo, como decíamos al principio, esto no debe ser entendido sólo como un revés. También puede proporcionar un nuevo punto de partida, desde el cual se debe arrancar para frenar, primero, la ofensiva de la derecha neoliberal y, segundo, derrotarla implementando un modelo de desarrollo efectivo, que no se estacione en una confortable espera. El progreso es movilización, confrontación y cambio. Pero para impulsarlo es necesario tener un discurso propio, una meta efectiva y una voluntad de hierro. Se ha retrocedido mucho, pero se está a tiempo todavía.

Enrique Lacolla.

GUIA: Por favor, contesten a las siguientes preguntas por escrito:

- . **Revise el texto y ejemplifique los distintos niveles de análisis que aparecen en el mismo (macro, meso, micro...)**
- . **Detecte y analice la opinión de Lacolla sobre el papel jugado por los medios masivos de comunicación.**
- . **Explique el sentido del término "aluvión zoológico" o similares, utilizados durante los actos opositores al gobierno.**
- . **Realice el ejercicio de tratar de identificar clases y fracciones de clases, sus representantes y sus discursos en relación al conflicto.**
- . **¿Qué es el campo? Decida la respuesta sin consultar al docente y fundamente su respuesta.**