

Los pobres: el poder de los Medios en la construcción de las subjetividades.

Monica Prieto y Florencia Cendali.

Cita:

Monica Prieto y Florencia Cendali (2019). *Los pobres: el poder de los Medios en la construcción de las subjetividades. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/214>

Los pobres: el poder de los Medios en la construcción de las subjetividades

Autoras:

Mag. Florencia Cendali - Lic. Mónica Prieto - Lic. Nadia Villalba

Eje temático N° 4: Poder, Conflicto, Cambio Social

Mesa 47: Lxs "otrxs" vulnerables en los relatos, imaginarios y transformaciones sociales

Institución de pertenencia: Universidad Nacional de Luján - UNLu

E-mail:

florcendali@hotmail.com - laramf3@hotmail.com - nadiavillaba@hotmail.com.ar

Resumen:

En esta mesa sobre lxs otrxs pretendemos hacer una presentación sobre la injerencia que poseen los medios de comunicación, audiovisuales y escritos, no sólo como una herramienta que pretende vender un producto o informar a la población, sino también cómo poseedores del poder de imponer una visión, construir y reproducir el sentido común, las subjetividades, sobre cómo los pobres son y viven en la actualidad.

Desde la creación de las redes sociales, los Medios Masivos de Comunicación han logrado un poder exponencial, ya que se han vuelto cotidianas las noticias, verdaderas o falsas, a través de sus imágenes estereotipadas de conductores, modelos, panelistas, opinólogos, que con una supuesta coherencia discursiva y su presencia instalada permanente, muestran un incuestionable modelo; único y dominante.

Los cuerpos, las almas, los hábitos, los saberes, los sentires de los pobres son expuestos principalmente por los medios de comunicación de acuerdo a sus, al menos, cuestionables intereses, máxime en los momentos de crisis política, económica y social. Estas construcciones de las subjetividades se transforman en estigmatizaciones sobre los pobres y eso es lo que deseamos analizar en esta exposición en las XIII Jornadas de Sociología, UBA.

Palabras claves:

Pobreza - Medios Masivos de Comunicación - Poder - Construcción de Subjetividades - Hegemonía

Los pobres: el poder de los Medios en la construcción de las subjetividades

Presentación

En el siglo XXI para intentar hacer un análisis complejo y completo sobre la construcción de las subjetividades de los seres humanos es imprescindible considerar el poder de los Medios Masivos de Comunicación, ya que a través de la publicidad manipulan el imaginario social e influyen en la identidad de todos.

Esta presentación hace hincapié en el peso que poseen los medios de comunicación, audiovisuales y escritos, no sólo como una herramienta que pretende vender un producto o informar a la población, sino también cómo poseedores del poder de imponer una visión y ayudar a construir y reproducir el sentido común sobre cómo son los pobres en la actualidad.

Desde la creación de las redes sociales, los Medios Masivos de Comunicación han logrado un poder exponencial, ya que se han vuelto cotidianas las noticias, verdaderas o falsas, a través de sus imágenes estereotipadas de conductores, modelos, opinólogos, por su supuesta coherencia discursiva y su presencia instalada permanente, incuestionable como modelo único y dominante.

Los cuerpos, las almas, los hábitos, los saberes, los sentires de los pobres son expuestos principalmente por los medios de comunicación y más aún en los momentos de crisis política, económica y social. Estas construcciones se transforman en estigmatizaciones sobre los pobres.

El inconveniente es que estos estereotipos no sólo conforman estas prenociones sobre aquellos que cotidianamente son considerados como “lxs otrxs” en la identidad hegemónica del “nosotros”, sino que también forman cómo aquellos otros se autodefinen, conformando un “nosotros” que incluye los estereotipos creados por los sectores poderosos.

Es así como los medios de comunicación hacen una doble construcción: Por un lado, a los estereotipos que existen sobre los pobres, para que las clases medias los estigmaticen, y a su vez se autodefinan como sectores medios. Por otro lado, los propios sectores populares pueden terminar aceptando y definiéndose por estas nociones impuestas por los medios de comunicación, los cuales son dirigidos por las oligarquías nacionales y transnacionales del capital financiero.

Si bien parece arcaico debatir sobre los estereotipos generados sobre los sectores empobrecidos de la sociedad, las supuestas impresiones sobre los pobres terminan transformándolos en sujetos dóciles que son útiles para sostener el discurso dominante de los sectores enriquecidos, a través de los medios de comunicación.

A partir de esta visión, es que se desea exponer este estudio sobre los pobres como sujetos útiles para los medios masivos de comunicación, a través de tres modalidades difundidas masivamente:

- La primera modalidad es la tradicional utilidad que presenta a los pobres como sujetos violentos. La tradicional frase de los “pibes chorros” impuesta a fines de la década del '90 se revaloriza en los últimos años. Esto es recogido por estos medios sensacionalistas que aprovechan los “hechos de inseguridad” y el “miedo” para presionar políticamente y solicitar la militarización de la sociedad con estructuras represivas.

Cabe aclarar que cuando hay más inseguridad política, económica y social, hay más posibilidades de que aumente la inseguridad en las calles. Por lo cual, el rol del Estado como ejecutor de violencia legítima de represión es el único rol que no debe “achicarse” para el neoliberalismo mundial actual.

- La segunda modalidad presenta a los pobres como sujetos buenos por naturaleza, sacrificiales, superadores de limitaciones individuales y meritocráticos en la solución individual de lo colectivos.

Desde las Bienaventuranzas de la Biblia se hace referencia a los pobres como el camino de sacrificial para llegar al Reino de los Cielos. En el siglo XXI son los medios de comunicación y las redes sociales quienes se encargan de estimular en las redes y difundir este mensaje.

Este discurso es estimulado por los sectores dominantes en la difusión mediática, ya que si los sectores populares logran creer e identificarse con la lógica del mérito individual, se destruye toda posibilidad de lucha y solución colectiva de los problemas.

Por ello, si la pobreza es un problema estructural, los sujetos populares lucharán por la mejora colectiva de la calidad de vida. Sin embargo, si los sectores dominantes logran imponer que los problemas son individuales, la solución sólo dependerá del sacrificio personal, del esfuerzo, del mérito que tenga cada uno, rompiendo toda posibilidad de construcción de lazos sociales.

- La tercera modalidad está dirigida directamente a los sectores denominados como “nuevos pobres” o “pobres recientes” o sea aquellos sujetos de clases medias caídos en pobres que no presentan aún Necesidades Básicas Insatisfechas, sin embargo sus ingresos están por debajo de la línea de pobreza.

Estos sectores medios, devenidos en pobres, por el sistema político-económico-financiero no deben comprender que sus problemas son colectivos, sino sostener la idea del logro y el sacrificio individual, meritocrático. Su consumo y logros pasados eran producto de su sacrificio personal y la falta de ellos en la actualidad se debe a que aquellos bienes y servicios eran innecesarios, excesivos y ahora deben sacrificarse aún más de manera individual porque su nueva mala situación se origina en un error propio, en la falta de idoneidad personal para sostener el status quo.

En América Latina se ha expandido la “Guía definitiva para el éxito profesional de los latinos” de Rodríguez y Tapia entre los sectores empresarios, estimulando la meritocracia como la lógica del “sueño americano” tan constructora para el sentido común de los primeros migrantes europeos, cuando se reprodujo el mensaje de que sólo el trabajo arduo –de explotación- individual rinde sus riquezas sin considerar lxs otrxs, el contexto político, económico y social donde están viven su cotidianeidad. “En una meritocracia, el trabajo arduo rinde frutos y cada persona, juzgada únicamente por los resultados, se eleva a la plenitud de su potencial. Los defensores de la meritocracia dicen que los temas de raza, etnia y género, no importan, porque el mérito es sólo cuestión del desempeño (...) salir adelante basándose únicamente en sus capacidades” (Rodríguez y Tapia, 2017: 33).

La consecuencia es que el motivo más justificado por los Medios para discriminar y aplicar la “aporofobia” es que la pobreza es solamente resultado de la culpa de los sectores “más pobres” que no desarrollan sus potencialidades. De esta manera se logra enfrentar a las clases medias y clases medias bajas con estos sectores empobrecidos, ya que no se potencian y son culpables por ello. Las clases altas son quienes encuentran en el discurso de la meritocracia y en el relato sobre que ellxs son quienes mantienen económicamente a los “pobres estructurales” sus principales herramientas para establecer un enfrentamiento, una batalla, dividiendo a los sectores populares trabajadores, medios y bajos, como si fueran enemigos y no posibles aliados contra los más enriquecidos en la sociedades actuales.

Como se puede aprender de Portantieron esto pareciera generar un efecto esquizofrénico tanto en el receptor como en el comunicador, enunciador del discurso, ya que a ese otrx se lo intenta incluir, hegemonizar, pero también excluir. Y esto es parte de la construcción de la hegemonía, “Acción hegemónica sería aquella constelación de prácticas políticas y culturales desplegadas por una clase fundamental, a través de la cual logra articular bajo su dirección a otros grupos sociales mediante la construcción de una voluntad colectiva que, sacrificándolos parcialmente, traduce sus intereses corporativos en universales” (Portantiero, 1987: 151).

La consecuencia de estas tres modalidades desempeñadas por los medios de comunicación y la oligarquía que la dirige son simples y evidentes estereotipos que se fortalecen cada día más en las redes sociales y los Medios Masivos de Comunicación:

1. Construyen estas imágenes donde los pobres son vagos, planeros, sacrificables, etc.
2. Logran la división de los pobres en diferentes “castas”.
3. Manipulan la continuidad de la lucha de pobres contra pobres, para que no enfrenten a la mayor contradicción, la oligarquía dominante y hegemónica.

Para finalizar, en este breve trabajo expondremos estas estrategias de los sectores hegemónicos que construyen sentido común, sin embargo, sabemos y creemos que la construcción de contrahegemonía existe en los medios de comunicación alternativos que luchan día tras día contra estas modalidades impuestas desde el poder y el discurso civilizatorio, contras estos estigmas que luchan erradicarse desde “la barbarie” hace demasiados años, a lo largo del continente latinoamericano.

Tres modalidades comunicacionales que estereotipan en la Argentina actual

En consonancia con lo planteado son innumerables lo ejemplos que pueden encontrarse en los medios masivos de comunicación hegemónicos. En algunos casos de manera totalmente explícita y en otros, encubiertos en mensajes subliminales que se envuelven en una aparente búsqueda de bienestar social. A modo de inacabados ejemplos que serán desarrollado en la pertinente exposición de la ponencia, enunciaremos algunas de las noticias que más difusión y relevancia han tenido en los últimos tiempos.

El “Caso Chocobar” instaló nuevamente la teoría del gatillo fácil peligrosamente aceptada y promovida desde el gobierno Nacional y su consecuente pedido de imponer “mano dura” menesterosa para proteger al ciudadano honesto de la violencia de las clases bajas, generalmente estereotipadas como “negros” “drogadictos” “pobres” “vagos”, también hechos de reclamos han sido presentados como saqueos y niños asesinados por la espalda resultan ser para la prensa “delincuentes abatidos en enfrentamientos”.



Esteban, P. (05/12/2018) “La doctrina Chocobar y la cultura de la rudeza”. Diario Página 12. Buenos Aires. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/159991-la-doctrina-chocobar-y-la-cultura-de-la-rudeza>

Amén de estos casos a los pobres no les interesa trabajar “Prefieren quedarse en negro para cobrar la asignación universal por hijo” “En Cuyo, los planes sociales restan peones a la cosecha de aceitunas”



Infocampo (06/04/2018) “San Juan: Faltan cosechadores y la paga en olivares subió 40%” Disponible en: <https://www.infocampo.com.ar/san-juan-faltan-cosechadores-y-la-paga-en-olivares-subio-40/>

Otra postura no menos efectista al momento de promover el individualismo es la de presentar, como se mencionaba precedentemente a los sectores populares como seres sacrificados que si se lo proponen con suficiente ahínco y esmero pueden progresar por mérito propio, ya que el Estado no debe intervenir con políticas que promuevan el ascenso social.

Así se ensalza a un niño que recorre desierto helado para llegar al colegio "Algunos figurarán por tomar escuelas, pero este solo merece aplausos porque la escuela se abrirá por y para él..." y cientos de comentarios avalan la noticia: "Muy bien, ellos son el futuro de nuestro país", "¡Qué hermoso ejemplo!" o "Necesitamos más de esos niños".



Mitre (26/06/2018) “Con tan sólo seis años, Axel, cruza dos arroyos y camina 3 kilómetros bajo la helada para llegar a la escuela” Disponible en: <https://radiomitre.cienradios.com/tan-solo-seis-anos-axel-cruzo-dos-arroyos-camino-3-kilometros-la-helada-llegar-la-escuela/>

Es de destacar que desde el Ministerio de educación se posteó esta noticia aunque debió borrarse por las críticas recibidas. Es esta una nueva modalidad de “romantización” de la pobreza, la mentada “pobreza digna” en la que los sectores populares son explotados en pluri empleos informales para lograr apenas cubrir la comida diaria.

Quizás la forma más novedosa de formar universo de sentidos por parte de los medios tenga relación con la clase media empobrecida; esto encontraría su explicación en el hecho de que en nuestro país hasta la década del 70 la movilidad social era ascendente y el fenómeno de la caída de las clases medias se inicia con fuerza en los 90. En ese momento surge una nueva categoría desconocida para los argentinos “los nuevos pobres” integrada por la población que perdía sus empleos a causa del cierre de fábricas o achique de las mismas. Se inicia entonces una campaña para culpabilizar a aquellos por su ineptitud para adaptarse a las nuevas reglas del mercado.

En la actualidad (y luego de un breve periodo) este descenso vuelve con más violencia. Desde los medios suman, a la idea de responsabilidad personal, una catarata de tips reunidos bajo # militando el ajuste que resaltan lo bueno de tener menos: "Los aires acondicionados fueron parte de este cóctel explosivo y siniestro que inventó el Gobierno anterior" “Vivir en 30 metros cuadrados, una tendencia que crece”. “Los bares de Buenos Aires volvieron a servir fútbol”. “En Dinamarca el aumento del precio de la manteca salvó vidas”. “Trabajar hasta más allá de los 65 años puede alargarte la vida”. “Vacaciones con extraños: la nueva forma de ahorrar en viajes y alojamiento”. “Contra las vacaciones: resistirse al descanso como estilo de vida”. “Venta de ropa usada: nueva forma de ahorro”. “Llega al país el alquiler de juguetes y permite ahorrar hasta un 50%”, “El negocio de mendigar”. “Volver al pañal de tela, una opción impulsada por razones ecológicas y, de paso, para ahorrar”. Tiempo de salario emocional: de qué se trata este nuevo beneficio laboral, etc.

Acceso a la vivienda. Vivir en 30 metros cuadrados, una tendencia que crece entre los porteños

Cada vez son más los porteños que acomodan sus muebles y su vida a un espacio equivalente al del área chica de una cancha de fútbol. Según cifras oficiales, 300.000 personas habitan en monoambientes. Y en el último año los pedidos de construcción fueron para hacer departamentos de no más de dos dormitorios.

Estos son apenas una muestra, son sólo ejemplos de esta construcción esquizofrénica de tratar a lxs otrxs incluyéndolo y excluyéndolo del nosotrxs cuando a los sectores dominantes le conviene, por ello para ellxs, los sectores dominantes, los dueños de los medios de producción, la oligarquía argentina, pareciesen no encontrar una contradicción en publicaciones tan violentas para los trabajadores, como la de poder afirmar que “Se puede despedir y terminar a la vez con la pobreza”.

SECCIONES | Q Clarín OPINIÓN

Debates: el fantasma del desempleo.

Se puede despedir y terminar a la vez con la pobreza

Roxana Kreimer

f t e

21/02/2016 - 1:31 Clarín.com | Opinión |

Desempleo / Flexibilización Laboral / Kreimer / Seguro Social / Trabajadores

Es posible achicar el Estado con una política de “flexibilización laboral” que facilite los despidos y al mismo tiempo termine con la pobreza?
Sorprendentemente la respuesta es afirmativa.

Kreimer, R. (21/02/2016) Debates: el fantasma del desempleo. Se puede despedir y terminar a la vez con la pobreza. Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/opinion/desempleo-flexibilizacion_laboral-seguro_social-trabajadores-kreimer_0_HyeZHTdDXg.html

El interrogante de nuestros días es cómo quebrar este discurso hegemónico, constructor del sentido común, de este imaginario social que impide la unidad de reclamos y la cohesión popular, y si es posible transformarlo y reconstruirlos en discursos contrahegemónicos, que permitan la verdadera inclusión y diálogo político entre los sectores populares, trabajadores.

Breves reflexiones finales, breves interrogantes

La presente ponencia no pretende dar respuestas taxativas y/o definitivas al nada simple sistema de los medios de comunicación, si intenta por cierto instalar el debate en el colectivo profesional de trabajadores sociales y de todas aquellas profesiones con las que interactuamos en la compleja trama de “lo social”, ya que entendemos que sería ingenuo pensar que la influencia de los medios masivos hegemónicos no afectan la intervención profesional, sin duda alguna la construcción de problemáticas sociales ante la emergencia de nuevas representaciones y escenarios institucionales son infundidos por las empresas de medios dificultando la afirmación y construcción de ciudadanía a la que aspiramos los profesionales.

Quienes estamos día a día en contacto con las poblaciones vulneradas podemos observar como sus sentires y expresiones van en desmedro de sus propios intereses de clase. Como el individualismo y el diferenciarse de ese “otrx” que no le es ajeno objetivamente, lo lleva a “atacar” lo que constituyen sus garantías y derechos como trabajador y ciudadano.

En los servicios sociales se puede palpar como los “pobres sacrificados, meritorios” atacan ferozmente a los “pibes chorros, pobres planeros”; o como el nuevo pobre se resiste a dejar de ser la tan meritocrática clase media, poniendo en el otro la incapacidad para progresar o sostener un determinado status.

Para finalizar un interrogante, ¿qué podríamos hacer desde las Universidades Públicas Nacionales frente a estos discursos hegemónicos que se socializan en los Medios y en las Redes Sociales?. Sólo estamos seguras que no podemos quedarnos ajenas ante las injusticias que sufrimos como parte integrante de los sectores populares, trabajadores, que vivimos esta violencia en nuestra vida cotidiana, como docentes, investigadores, extensionista, estudiantes...

Bibliografía

- ✓ Cendali, F. y Massa, L. (2011) “Visiones sobre la Pobreza: perspectivas y atributos”. En: *Miradas sobre la pobreza: intervenciones y análisis en la Argentina Postneoliberal*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (Eduulp). La Plata, Buenos Aires.
- ✓ Clarín, S/N, (26/06/2018) Historia detrás de una foto viral. El nene de 6 años que camina 3 kilómetros y cruza 2 arroyos para ir a una escuela en Misiones. Diario Clarín. Buenos Aires. Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/nene-anos-camina-kiometros-cruza-arroyos-ir-escuela-misiones_0_H1k58TyGQ.html
- ✓ Escudero, J. C. (2001) "La Utilidad de los Pobres" *Realidad Económica* 180/[b]. Buenos Aires: IADE.
- ✓ Esteban, P. (05/12/2018) “La doctrina Chocobar y la cultura de la rudeza”. Diario Página 12. Buenos Aires. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/159991-la-doctrina-chocobar-y-la-cultura-de-la-rudeza>
- ✓ Etchenique, M. (24/12/2015) Vivir en 30 metros cuadrados, una tendencia que crece entre los porteños. Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/ciudades/departamentos-chicos_0_rkflu6AuPme.html
- ✓ Infocampo (06/04/2018) “San Juan: Faltan cosechadores y la paga en olivares subió 40%” Disponible en: <https://www.infocampo.com.ar/san-juan-faltan-cosechadores-y-la-paga-en-olivares-subio-40/>

- ✓ Kreimer, R. (21/02/2016) Debates: el fantasma del desempleo. Se puede despedir y terminar a la vez con la pobreza. Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/opinion/desempleo-flexibilizacion_laboral-seguro_social-trabajadores-kreimer_0_HyeZHTdDXg.html
- ✓ Laclau, E. (2005) *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- ✓ Míguez, D. (2004) “Roban porque son pobres”, “Vida de perros” y “Bajo fuego”. En: *Los pibes chorros*. Buenos Aires: Capital Intelectual
- ✓ Mitre (26/06/2018) “Con tan sólo seis años, Axel, cruza dos arroyos y camina 3 kilómetros bajo la helada para llegar a la escuela” Disponible en: <https://radiomitre.cienradios.com/tan-solo-seis-anos-axel-cruzo-dos-arroyos-camino-3-kilometros-la-helada-llegar-la-escuela/>
- ✓ Portantiero, J. C. (1987) *Los usos de Gramsci*. Buenos Aires: Grijalbo.
- ✓ Rodríguez, R. y Tapia, A. T. (2017) “Auténtico. La guía definitiva para el éxito profesional de los latinos”. Chicago: Latinex Institute Press
- ✓ Serrano, P. (2013) “Democracia y libertad de prensa”. En De Moraes, Ramonet, I. y Serrano, P. (2013) *Medios, Poder y Contra Poder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Buenos Aires: Editorial Biblos.