

Imágenes y discursos sobre la diferencia: Prácticas culturales y relacionales de clase. Representaciones televisivas sobre jóvenes usuarios de drogas diversas: paco, poxi y éxtasis.

Alvarez, Mariana.

Cita:

Alvarez, Mariana (2009). *Imágenes y discursos sobre la diferencia: Prácticas culturales y relacionales de clase. Representaciones televisivas sobre jóvenes usuarios de drogas diversas: paco, poxi y éxtasis. V Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-089/150>

Imágenes y discursos sobre la diferencia: prácticas culturales y relaciones de clase. Representaciones televisivas sobre jóvenes usuarios de drogas diversas: paco, poxi y éxtasis

Mariana C. Alvarez

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales (U.B.A)
Maestranda en Sociología de la Cultura (IDAES-UNSAM).

mariana.c.alvarez@gmail.com

Palabras claves: representaciones mediáticas-uso de drogas-identidades culturales-relaciones de clase

Esta ponencia versa sobre las representaciones televisivas de la diferencia cultural. Para ello, tomamos como corpus de estudio aquellos programas de la televisión abierta argentina del género informativo, y específicamente los noticieros, y los llamados periodísticos testimoniales o periodísticos documentales (entre ellos: “Cámara Testigo”, “Crónicas Extremas”, “La Liga”, “GPS”, “Blog. Periodismo de autor”, “Ser Urbano”, por mencionar sólo algunos) que involucran la construcción de imágenes de jóvenes provenientes de sectores sociales diversos, focalizando, en particular, en aquellos adolescentes usuarios de drogas relacionadas con la marginalidad: el paco y el poxiran. Su estudio y su comparación con los jóvenes consumidores de drogas de diseño (particularmente éxtasis) nos permitió un acercamiento privilegiado al estudio sobre las formas en que los medios masivos construyen la diferencia cultural, en este caso, sesgada por un clivaje de clase.

En el intento de mostrar la alteridad inscripta en la clase social, el medio televisivo construye una estrategia enunciativa que los (re)presenta a partir de marcos cognitivos que naturalizan y legitiman procesos de exclusión y desigualdad social.

Estudiar las representaciones televisivas de la diferencia cultural nos permitió analizar, por un lado, los enclaves culturales que subyacen al entramado de las relaciones sociales de fuerza, y por otro, los mecanismos simbólicos que emplea el medio para contribuir a retroalimentar las condiciones de existencia de los grupos o sectores que ocupan posiciones más desventajosas en la escala social.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo nos proponemos presentar un conjunto de reflexiones a partir del estudio de las representaciones televisivas de adolescentes y jóvenes que hacen uso de

distintas sustancias psicoactivas –comúnmente llamadas drogas-. La curiosidad que nos impulsó a adentrarnos en este trabajo de investigación fue que, a primera vista, dichas representaciones construyen “clases de sujetos diferentes”. Y al respecto nos preguntamos: si todos y cada uno de estos jóvenes son usuarios de drogas, y “lo distinto” (de esas representaciones) no mantiene relación con la característica de ser una droga del tipo legal o ilegal, nuestra inquietud gira en torno de comprender *cómo se produce esa diferencia*.

El corpus estuvo delimitado por aquellos programas de la televisión abierta argentina del género informativo, y específicamente los noticieros, y lo que se conoce como *neoperiodismo televisivo* (Ciamberlani, 1997), que fueron difundidos entre los años 2005, 2006, 2007 y 2008- entre ellos: “*Cámara Testigo*”, “*Crónicas Extremas*”, “*La Liga*”, “*GPS*”, “*Blog. Periodismo de autor*”, “*Ser Urbano*”, por mencionar sólo algunos.

La construcción de imaginarios en torno de jóvenes provenientes de sectores sociales diversos, focalizando, en particular, los usuarios de drogas relacionadas con la marginalidad – el paco y el poxiran-, y su comparación con los usuarios de drogas de diseño –*éxtais*-, posibilitó un acercamiento privilegiado al estudio sobre las formas en que los medios masivos construyen la diferencia cultural, en este caso, sesgada por un clivaje de clase.

Estudiar las representaciones televisivas de la diferencia cultural nos permitió analizar, por un lado, los enclaves culturales que subyacen al entramado de las relaciones sociales de fuerza, y por otro, los mecanismos simbólicos que emplea el medio para contribuir a retroalimentar las condiciones de existencia de los grupos o sectores que ocupan posiciones más desventajosas en la escala social.

Si bien la representación mediática de la marginalidad ha sido trabajada ya en el campo de la comunicación y la cultura, aquí pretendemos indagar esta particularidad: el momento donde se produce una sobrerrepresentación de los marginados en la pantalla televisiva¹, en simultaneidad con la emergencia y proliferación de nuevos ciclos televisivos que tematizan sobre la vida y las prácticas de éstos actores a partir de un contrato de lectura *realista* (Palma, 2008).

Esa estrategia enunciativa (Maingueneau y Chareaudeau, 2005) se consolida después del 2001 en la televisión –respecto a lo acontecido en la agenda mediática de los años ’90 - poniendo en escena a los más desprotegidos de manera privilegiada, mientras que construye un enunciador portador de un saber que legitima su visión de mundo, que además comparte

¹ Puede consultarse en el Informe Agenda elaborado por el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer) entre los años 2004-2008 con una periodicidad mensual http://www.comfer.gov.ar/web/informe_agenda.php

con su enunciatario –aunque no necesariamente con el espectador real- su mirada de clase en la que el *otro* es un tercero excluido, aquel del que se habla.

Es así como, si bien estos nuevos ciclos televisivos, por un lado, se erigen como espacios de visibilidad, por otro, resultan construcciones de sentido que invisibilizan, disimulan, ocultan, escamotean y desdibujan el conflicto social.

LA TELEVISIÓN COMO MEDIADORA CULTURAL

Es sabido que los medios de comunicación masiva realizan una construcción de la realidad, en tanto seleccionan y jerarquizan aquellos acontecimientos sociales que, de acuerdo al termómetro del rating y el ansia de mostrar “lo espectacular”, adquieren valor noticiable (Martini, 2000).

En ese proceso de elaboración de la información dejan al descubierto el rol que desarrollan en tanto actores sociales y políticos, y es ahí donde se resquebraja su posición - basada en el sentido común- del periodismo como “reflejo de la realidad”.

La tradición de investigadores del campo de comunicación y cultura ha coincidido en señalar el rol destacado que ocupan los medios masivos no sólo por tener un acceso privilegiado al discurso público (van Dijk, 1997) sino también por el papel que desempeñan en la producción y circulación de sentido (Hall, 1980; Williams, 1981; Verón, 1987). Y aunque importantes investigaciones (Morley, 1996, Curran, 1981) desde el enfoque de los Estudios Culturales mostraron que el poder sobre sus públicos o audiencias es más limitado de lo que se suponía en los primeros abordajes críticos, no debe soslayarse su potencial de mediadores activos e intermediarios simbólicos (Martín-Barbero, 1987, Bourdieu, 1999, Wortman, 2005).

Respecto de la importancia del estudio de la circulación de las representaciones sociales en la cultura, de Certeau sostiene que una representación permite comprender cómo una verdad se hace creíble para una sociedad determinada (de Certeau, 1999). Al respecto, es pertinente resaltar que las imágenes mediáticas son una construcción de sentido producto de una operación de selección y síntesis donde intervienen las gramáticas de producción y de reconocimiento (Verón, 2001). Esto no constituye un dato menor, puesto que nuestro propósito no es discernir sobre la veracidad o no de las mismas, ni su correspondencia con el objeto representado, sino más bien, poner de relieve su carácter de matriz reguladora de pensamiento (Prendergast, 2000) así como de fuerza activa en la construcción social de la realidad (Bourdieu, 1988).

Las representaciones mediáticas no sólo hacen visibles y permiten el conocimiento de los distintos sujetos, grupos y sectores, sino que además construyen un *horizonte de percepción* (Cebrelli y Arancibia, 2008), donde se combinan formas de exponer y mostrar, con las operaciones de nombrar, clasificar y especialmente categorizar a los agentes representados, otorgándoles un lugar en una (determinada) jerarquía social. Esto supone, pues, la construcción de una forma de ver y de significar el mundo, y de los lugares que se ocupan en él (Bourdieu, 1988).

Esto se torna aún más significativo en el caso del discurso televisivo, por su pregnancia en la conformación del sentido común (Gramsci, 1963) y por el lugar destacado que ocupa este medio en la vida cotidiana (Silverstone, 1994).

A partir de lo planteado por Martín-Barbero (2001), creemos que el estudio de la televisión es fundamental para desnaturalizar la capacidad que tiene este dispositivo para construir presente descontextualizado y deshistorizado (Martín-Barbero, 2001), así como también revisar y cuestionar el desdibujamiento del conflicto (2001) en sus representaciones.

Es así como, en esta oportunidad, pretendemos aproximarnos al estudio y comprensión del tratamiento de los conflictos más nimios, más sutiles que se dirimen en la televisión, y analizar cómo opera el discurso televisivo –desde el sentido común– en la construcción del *otro* social y cultural.

EL PODER DE NOMBRAR

Según Bourdieu (1985) la dimensión discursiva constituye una práctica social y por ello, el acto de designar o denominar a otro es el acto mismo que produce la existencia de aquello que enuncia (1985) y una manera particular de ejercer el poder. Con esto refiere al empleo de los sistemas de clasificación y categorización (que conllevan estructuras cognitivas y evaluativas), es decir, los nombres que construyen y expresan la realidad social, puesto que allí se disputa la imposición del principio de visión y de división legítimo.

Nombrar es un modo (entre otros) de instituir a los otros, es decir, de ubicar simbólicamente a un agente en el espacio social. Y esto sólo es posible cuando unos tienen el poder legítimo de nombrar(se) y por ello, la capacidad para nombrar a aquellos *otros*, desprovistos de ese acceso y lugar de privilegio.

Las modalidades de narración que emplea el medio televisivo para contar los acontecimientos nos permitió conocer, por un lado, las categorías y los modos de clasificación

que utiliza el discurso televisivo para nombrar, designar, caracterizar, enmarcar y asignar atributos a la diversidad de jóvenes que consumen drogas. Y por otro, analizar los mecanismos y los dispositivos que intervienen en la construcción de los distintos actores.

Es sabido que la característica más prominente del discurso informativo son los titulares, puesto que expresan una lectura preferencial, programan el proceso de interpretación y aportan una definición subjetiva de la situación (van Dijk, 1980; 1987; 1997).

En este sentido, focalizaremos², en el estudio de los mismos como así también de los videographs³, en tanto su indagación –o en el caso de la prensa escrita los párrafos de cabecera- nos permiten acceder al análisis de la macroestructura del texto audiovisual.

Los jóvenes que hacen uso de sustancias tales como Poxiran⁴ o pasta base⁵ -drogas que usan los sectores más desfavorecidos- son nombrados como “pibes poxi” y “paqueros” y referenciados a través de términos peyorativos.

En ambos casos, los extractos audiovisuales visualizados, se inician con un titular que anticipa a la vez que sintetiza –producto de un proceso de selección y elaboración- la idea central de la nota que se va a difundir. En el caso de los usuarios de Poxiran, nos hablan de: “Los pibes poxi”; “Los pibes del asentamiento”; “Los hijos de la calle”, “Los pibes de la fuente”, “Los chicos de la estación”.

Este tipo de nominación está acompañada de caracterizaciones que los ubican como actores sumamente pasivos, asociados a situaciones de pobreza y marginalidad, y sin posibilidad alguna de superar sus condiciones de existencia.

La preposición “de”, como señala Vasilachis de Gialdino (2003), le imprime la marca de pertenencia a la calle –a diferencia de la preposición “en”, que refiere al lugar como escenario donde se suceden los hechos. De este modo, asociar a este grupo de chicos –a veces

² Dada la extensión permitida dejaré de lado otros elementos de análisis como así también ejes temáticos.

³ El videograph o sobreimpreso se ubica al pie de la pantalla televisiva, y se utiliza para resumir o destacar alguna idea central de la información difundida acorde con la línea editorial del medio.

⁴ El pegamento Poxiran se utiliza como una sustancia de tipo inhalante. Los inhalantes son sustancias volátiles que producen vapores químicos que pueden ser inhalados para provocar un efecto psicoactivo o un estado de alteración mental. Son los pegamentos, pinturas, aerosoles, quitamanchas, quitaesmaltes y nafta, producen excitación y desinhibición, pueden producir daños severos en los pulmones, hígado y riñones, además de graves lesiones cerebrales irreversibles. Fuente: Guía de capacitación para jóvenes referentes territoriales en salud comunitaria y equipos de salud sobre consumos problemáticos de sustancias –adicciones -, elaborada por el Ministerio de Salud de la Nación.

⁵ La pasta base o el paco, como es conocido comúnmente, está clasificado como un estimulante del sistema nervioso central, es el residuo que queda en el proceso de elaboración del Clorhidrato de cocaína. Tiene la apariencia de un polvo blanco o amarillo, dependiendo de qué químico se le agregue. Se trata de un residuo, pero con un alto grado de concentración. Es altamente nocivo, su efecto aparece alrededor de los 30 segundos, con una duración de 5 a 8 minutos. Su composición varía según quien la elabore, puede tener kerosén, gasolina, ácido sulfúrico, entre otras cosas. Fuente: Guía de capacitación para jóvenes referentes territoriales en salud comunitaria y equipos de salud sobre consumos problemáticos de sustancias –adicciones -, elaborada por el Ministerio de Salud de la Nación.

de manera más explícita que otras -, con la calle es inscribirlos de un modo permanente y casi definitivo en ese ambiente. Este modo de presentar los hechos favorece a fijar su “estilo de vida” como una situación invariante, casi perpetua.

Más aún, concebir la vía pública como “su lugar de pertenencia”, y referenciarlos con un espacio residual como lo es la calle, es asociarlos a “un lugar residual también en la sociedad” (Dixon, 1997:341).

El discurso mediático va elaborando nociones e ideas que se vinculan en la cadena de significantes, y que de manera progresiva se van naturalizando como hechos dados y evidentes.

Estas presuposiciones, o en formas más tenues asociaciones o alusiones son formas de implicatura a través de las cuáles este imaginario se va constituyendo como tal en uno de los mecanismos más vigorosos que intervienen en el proceso de construcción de las noticias. Éstas resultan estrategias textuales de producción de significados que funcionan a partir del juego de aquello que está presente y ausente al mismo tiempo en un texto (Van Dijk, 1997). Es decir, es lo que no se dice directamente pero aparece en el relato. Ese acto es una invitación al receptor a obtener sus propias inferencias a partir de lo que se insinúa, aunque sin ofrecérselo explícitamente; esto resulta una manera sutil pero no por ello menos poderosa de producir información y conocimiento sobre diferentes sucesos, temas y/o actores.

De igual modo, la temática de la muerte aparece recurrentemente como forma de enunciados performativos que les adjudican a los paqueros, más aún, se presenta como una consecuencia inevitable en la vida de estos jóvenes. Algunos titulares lo ilustran: “El drama de los muertos vivos” (Telefé Noticias, 5/05/05, 19 hs.); “Jóvenes muertos en vida, presos del paco (Telenueve, primera edición 04/05/06, 12 hs.); “Cuando los jóvenes se quedan sin futuro: presos del paco, una adicción a la pobreza” (Telenueve (2º edición) 04/05/06 20 hs.); “Los muertos en vida. Droga y delito” (Telefé Noticias, 30/7/08, 20 hs.)

Así como se instituía (simbólicamente) a los chicos poxi a un espacio residual (en la sociedad) a partir de su alusión a la calle, entendemos que el lugar simbólico que proponen las crónicas televisivas para los paqueros como destino único e irremediable es la muerte.

NOMBRAR POR LA FALTA

Más allá de las particularidades temáticas que intervienen en la construcción de los actores hasta ahora presentados (paqueros y poxi), advertimos que ciertas categorías y modos

de clasificación son comunes a los dos y aparecen de manera reiterada a lo largo de las narrativas televisivas.

La forma de nominación que los identifica bajo el rótulo de “menores” pone en juego un imaginario social que los constituye a partir de la falta, de aquello que no tienen. Y, sobre todo, su modalidad de empleo vehiculiza implícitamente una conceptualización determinada de sujeto.

La *Ley de Patronato*⁶ que consagraba el criterio tutelar del Estado sobre el niño, era una “modalidad de protección de la infancia (que) significó para aquellos niños, ocupar un lugar de inferioridad que se afianzó a través de las categorizaciones y los dispositivos dispuestos para ellos. El ‘menor’, es construido desde la carencia” (Machain, Avila Testa y Vénere (2007:4).

era una modalidad de protección para aquellos niños que significó ocupar un lugar de inferioridad que se fue afianzando a través de las categorizaciones y los dispositivos dispuestos para ellos. El ‘menor’ era construido desde la carencia” (2007:4)., y que, en tanto sujeto, era construido desde la carencia (Machain, Avila Testa y Vénere, 2007:4)

La sanción y promulgación de la *Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes*⁷ constituyó un verdadero cambio de paradigma que implicó, a su vez, una reelaboración fundamental respecto de la concepción de sujeto: de la persona “a tutelar” al “sujeto de derechos”.⁸

En este sentido, seguir designándolos como “menores” hoy en día, contribuye a retroalimentar una frontera a través del uso del lenguaje, que divide la infancia y la juventud en dos: aquellos que tienen sus derechos satisfechos y aquellos que tienen sus derechos vulnerados.

Este modo de caracterizar a la diversidad de jóvenes (que consumen drogas) no sólo construye “clases de sujetos diferentes” sino, y sobre todas las cosas, tiende a profundizar simbólicamente la brecha que separa y divide a unos y a otros.

⁶ Ley N° 10.903, sancionada en 1919 por iniciativa de Luis Agote, diputado por la Provincia de Buenos Aires que tuvo por objeto suspender la patria potestad de los padres, cuando el juez de menores considerase que el niño se encontrara abandonado material ó moralmente ó en peligro moral. A partir de allí, la patria potestad fue ejercida por el Patronato del Estado, en pos de atender la salud, la seguridad y la educación moral e intelectual del menor. Desde ese momento, el niño fue considerado un objeto pasivo a la vez que plausible de intervención, del que se podía “disponer” para su protección. Dicha protección le otorgaba la categoría de “menor” dejando profundas marcas en su subjetividad.

⁷ Ley N° 26.061, sancionada el 28 de septiembre de 2005.

⁸ La nueva norma compromete al Estado a realizar acciones tendientes a garantizar el ejercicio y disfrute pleno de esos derechos. Es decir, no centra más su mirada en las “desviaciones” sino más bien en las necesidades y derechos.

Respecto de ello, el posicionamiento que asume el enunciador pone al descubierto cierto *legitimismo cultural* (Grignon y Passeron, 1980) al señalar aquello que determinado grupo no posee, aquello que a determinada cultura le falta, aunque omite, pues, dar cuenta de la relación de dominación que en ella subyace.

Este es un tipo de mirada *miserabilista* –retomando consideraciones de Grignon y Passeron- sobre los sectores populares, que deja de lado las particularidades de cada grupo, en tanto que reduce la diversidad y las diferencias culturales al binomio: tener/no tener.

CUANDO SER POBRE CONSTITUYE UN DELITO

Hasta aquí hemos visto como tanto los paqueros como los pibes poxi, a través de ciertas categorías y modos de clasificación, son construidos discursivamente como sujetos carentes, desamparados, sin derechos, es decir, como actores pasivos.

Sin embargo, hay situaciones en las que ellos aparecen en las crónicas televisivas como sujetos activos. Dichos acontecimientos, donde estos jóvenes son los grandes protagonistas, están relacionados con hechos de violencia y delincuencia, y ellos aparecen en los relatos como agentes de inseguridad.

Para ello, el medio televisivo utiliza un mecanismo común que consiste en construir “tipos” de personas, que en el caso particular de los poxi y los paqueros, se reducen a una serie de rasgos característicos exagerados y, fundamentalmente, negativos.

Centrándonos en el dispositivo en sí, podemos decir que el hecho de estereotipar a otro no sólo revela un ejercicio de poder de parte de quien lo pone en práctica, sino también delata a través de qué lente se mira a los otros y qué lugar se les otorga.

Tomando las consideraciones de (Dyer, 1997), los estereotipos se emplean para los “degradados”, “menospreciados”, “rechazados” o “expulsados” del orden, al tiempo que establece quién es “nosotros” y quién es “ellos”.

Si bien para ambos casos –poxi y paqueros- el discurso televisivo elabora estereotipos que condensan a la vez que comunican “tipos de personas”, para cada uno de ellos el medio emplea distintos mecanismos y dispositivos que crean nuevas unidades temáticas que los atraviesan

Los chicos poxi son caracterizados como “violentos y potencialmente peligrosos” mediante el uso de motes como, por ejemplo, “pirañas”. A través del mecanismo (retórico) de la metáfora, el discurso televisivo condensa significados, los codifica rápidamente, y produce un “enlatado”, listo para circular en la cadena de significantes, ofreciendo al televidente una lectura sesgada y preferencial.

Como es sabido, el uso de las figuras retóricas posibilita modos de expresión que otorgan especial énfasis a una idea u opinión a través del sentido figurado.

De acuerdo a lo que concibe Ricoeur (1988) la metáfora juega un papel relevante en cuanto a la interpretación, puesto que con ella la imaginación productiva asume la forma de una innovación semántica

Dado que las metáforas crean y establecen similitudes (Mei-Zhen, 1999:230), son, a menudo, utilizadas para comparar fenómenos de índole diverso, siendo, además, un recurso para activar nociones de sentido común acerca de las relaciones e identidades sociales, con un significativo poder para definir, construir e interpretar la realidad (Van Teffelen, 1994:384). La metaforización es, por tanto, uno de los mecanismos principales a través de los cuales se relacionan el lenguaje, el pensamiento y la realidad (Zaitseva, 1994:104).

En consonancia con lo que postula Elbaum (2008), esta asignación de modismos desvalorizantes constituye una poderosa estrategia lingüística para establecer límites que discriminan a un grupo o sector social del resto.

Al igual que los chicos poxi, los paqueros son presentados como causantes de acciones negativas, y, mediante relaciones de tipo lineal y causal son (“se drogan para matar”; “los chicos siguen operando por la inacción policial”; “jóvenes pobres-usuarios de drogas-violentos”; hecho que no hace más que reducir y banalizar la complejidad del fenómeno que atraviesa a estos jóvenes. Esto los carátula –de manera algunas veces más explícitas que otras– como sujetos peligrosos.

Ese mecanismo de criminalización que refuerza el medio en virtud de su condición de “formador de opinión” cimienta ciertas imágenes (mentales) que se constituyen como significados en constante proceso de sedimentación, ya que al recibir estímulos repetitivos o de confirmación van a entrar en relación con ese tema, sujeto o práctica específica.

Este tipo de configuración discursiva no hace más que potenciar aquella sensación de inseguridad que experimentan algunas personas en relación a la percepción del *otro* social, quien se convierte en una amenaza y un riesgo para la sociedad en su conjunto.

Aquí se pone en juego la configuración del *otro* a través del miedo. Vidal Jiménez (2005) sostiene que en las sociedades modernas el miedo funciona como un *gran dispositivo de poder psico-socio-cultural emplazante*: miedo al otro y miedo a lo otro.

De este modo, el miedo emplaza, predispone, encuadra la existencia del *otro* generando una estructura pre-comprensiva que va edificando fronteras sobre la base de la desconfianza y el desprecio hacia todo aquel que no es considerado un semejante.

Hasta aquí, nos hemos centrado en cómo el uso de estereotipos clasifica a estos actores y qué rol desempeñan en los relatos audiovisuales, dejando en claro que su empleo –la estereotipación- no sólo es la atribución de rasgos negativos a personas que se consideran distintas del “nosotros”, sino más bien, y en lo que atañe a nuestro tema de interés, constituye un mecanismo poderoso que reduce, esencializa, naturaliza y fija “la diferencia” (Hall, 1997:258).

SE VENDEN POR UN PACO

Otro de los tópicos recurrente en los relatos televisivos es la combinación de las problemáticas del paco y la prostitución. En esos casos, las chicas son aludidas a partir de su condición de prostitutas y caracterizadas, también, como delincuentes.

De acuerdo a lo que postula Goffman (1963), toda sociedad establece categorías para caracterizar a las personas a partir de las cuáles se les adjudica una *identidad social* determinada.

Como indicamos hasta el momento, los paqueros son etiquetados como un grupo social “marginal” fuertemente asociado a la delincuencia y prostitución. Asimismo, señalamos que a través de distintos mecanismos (marcar, instituir, desvalorizar, estereotipar, criminalizar) se construye al paquero como un *otro* social. Y en esa línea, considero que el trabajo de Goffman proporciona elementos claves para su estudio.

El proceso de estigmatización implica referenciar a un sujeto, grupo o sector con ciertos atributos profundamente deshonorosos y desacreditadores, ubicando socialmente a ese *otro* en un lugar de inaceptación. El estigma es aquella *diferencia indeseable* (Goffman, 1963) cuyo mecanismo relaciona de manera (casi) automática a esa persona que lleva la marca con una serie de disposiciones personales desafortunadas y devaluadoras.

Al respecto, es importante destacar la reflexión de Link y Phelan (2001) quienes plantean que para estigmatizar a un grupo social es condición necesaria gozar de poder: el estigma existe cuando los elementos de etiquetaje (atribución de categorías sociales a los individuos), la estereotipación, la separación (ellos-nosotros), la pérdida de estatus, y las distintas formas de discriminación, se suceden conjuntamente en un marco de relaciones de poder que lo hacen posible y lo permiten. Y aunque ya es sabido que la real influencia que tienen los medios masivos sobre la instancia receptora no es limitada, es incuestionable su calidad de *intermediarios simbólicos* (Bourdieu, 1999), hecho que les confiere un poder que necesita ser descubierto “allí donde menos se ofrece a la vista” (Bourdieu, 1999).

En este sentido, el análisis de las representaciones televisivas de la diversidad de jóvenes usuarios nos permite observar qué ideas, qué aspectos, qué particularidades retoma el medio para hacer circular construcciones culturales en torno de lo semejante y lo diferente, haciendo valer su poder de asignar atributos cuando nombra, identifica, clasifica temas, individuos y grupos sociales.

DAR LA PALABRA

La desvalorización o el rechazo hacia lo advenedizo no es la única manera de separar a un grupo *otro* de jóvenes. También, las “caratulas comprensivas” (Elbaum: (2008:176) son mecanismos vitales que se emplean para designar a los *otros* y establecer fronteras desde una condescendiente mirada caritativa.

Este tipo de acercamiento benévolo y compasivo pude observarlo en las entrevistas. En ellas, el entrevistador se ubica ante el entrevistado con una actitud paternalista y piadosa hacia la situación de estos chicos. Aunque otras se posiciona como un inquisidor que somete a su entrevistado a la sanción pública de sus actos.

Así, entrevistador adopta una postura ambivalente, donde aparentemente se compadece por el contexto en el que viven estos chicos al tiempo que, por el tipo de preguntas que realiza, parece un interrogatorio que sólo los deja expuestos en tanto sujetos que viven en la miseria.

Un dato que resultó revelador fue encontrar de manera recurrente las mismas preguntas en (casi) todas las entrevistas, las cuales fueron realizadas por distintos periodistas, en diferentes programas, y en distintas emisoras televisivas; éstas son: ¿Por qué consumís? ¿Cuánto consumís por día? ¿Dónde lo conseguís? ¿Cuánto te cuesta? ¿Cómo haces para conseguir el dinero?.

Es como si hubiera una suerte de acuerdo implícito, no dicho, sobre cómo hacer hablar a la pobreza en la voz del sujeto pobre, a través de un repertorio de preguntas semi-acordadas entre los encargados de dar la palabra, de hacer hablar a esos sujetos *otros*.

Esa “curiosidad” (coincidencia de las mismas preguntas en los distintos programas y en las distintas emisoras), que se plasma en el acto mismo de “dar la palabra” al *otro* se reduce a un cuestionario que deja al actor inmóvil, preso del interrogatorio, encasillado en esas seis preguntas, sin siquiera tener la libertad de saltarse aquella enumeración prolijamente pautada.

Claramente, este tipo de preguntas van prefigurando las respuestas de los entrevistados al tiempo que van delineando una estructura interpretativa que refuerza los perfiles juveniles propuestos en las representaciones estudiadas.

A pesar de la frecuencia con la que el medio televisivo incorpora al relato los testimonios de los actores protagonistas –los paqueros y los pibes poxi-, esto no puede ser entendido como *un dar la palabra* como lo entiende de Certau (1996), puesto que aquí ese acto se reduce más que nada a la puesta de un micrófono al entrevistado, quien se limita a responder –mediante un repertorio acabado de preguntas antes señalado- a las necesidades periodísticas del medio.

De este modo, la incorporación de los testimonios de aquellos que se suponen los “protagonistas” en los informes periodísticos no trasciende el mero dato de color. Son notas que privilegian, como ya mencionamos, la construcción de actores en clave “sujetos problemáticos que necesitan ayuda” y/o “sujetos peligrosos de los que hay que cuidarse”.

Más allá de eso, las voces de los chicos y chicas que consumen Paco o Poxiran no son consideradas en lo que respecta a narrar en primera persona qué piensan, qué necesitan y qué sienten. Sólo tienen reservado el lugar de “entrevistados modelos” cuya tarea se remite a responder obedientemente el cuestionario que fue confeccionado para extraer datos “interesantes” –grandilocuentes (las aventuras de cómo consiguen la plata, y la “metodología” que ponen en práctica para robar)-, sobre aquella realidad cotidiana, tan ajena, tan distante de aquel “nosotros” que tan curiosamente se les acerca y los interroga.

Lo antedicho no es otra cosa que ese gesto de *violencia simbólica* (Bourdieu, 1988), inherente a toda representación de lo popular, que deriva de la imposibilidad de lo popular de nombrarse a sí mismo, sino es a través de la voz del letrado. En ese acto de nombrar lo popular como tal, tiene lugar eso mismo que lo suprime, que lo relega a la subordinación y lo violenta (de Certau, 1996). A esto, además, se agrega el pasaje de lo popular a lo masivo en el cual los medios de comunicación producen un borramiento de lo popular, una negación de los conflictos en base a los cuales los sectores populares construyen su identidad (Martín-Barbero, 1983).

En este sentido, estas representaciones no son más – y nada menos- que el resultado del triunfo de una posición de poder.

JÓVENES “DE DISEÑO”

A diferencia de los perfiles juveniles elaborados en torno de los consumidores de sustancias como el poxiran y la pasta base, observamos que los jóvenes que consumen drogas de diseño⁹ no son identificados mediante ninguna nominación particular. Esta ausencia constituye un primer dato revelador, y establece una primera diferencia significativa entre unos y otros, teniendo en cuenta –como expuse inicialmente– todo lo que conlleva el poder (de) nombrar a otro.

Es así como, ante la ausencia de una designación que los identifique, de ahora en adelante me referiré a ellos como “Jóvenes de diseño”¹⁰.

¿Por qué motivo el discurso televisivo utiliza para unos y de manera exhaustiva –como pudimos observar a lo largo de los apartados anteriores– formas de nominación, mientras que para otros escatima en designaciones? ¿Por qué rubrica a unos mientras desmarca a los otros ante una misma práctica: el uso de sustancias psicoactivas de tipo ilegal para ambos?

Son varios los autores (Bourdieu, 1999; Margulis y Urresti, 1996, Bauman, 1997, entre otros) que esgrimen que el simple hecho de “designar” constituye una forma de dividir, de establecer lejanía –aunque sea simbólica– con el otro. Siguiendo esta idea, todo distanciamiento lingüístico, dice Elbaum –siguiendo a Bourdieu– (2008), tiende a instituir fronteras entre algo que se considera diferente y al mismo tiempo inferior, tratando de legitimar esa distancia como natural, obvia e incuestionable.

Esta observación nos lleva inevitablemente a preguntarme sobre el lugar donde se posiciona el medio televisivo –en tanto enunciador– para narrar los acontecimientos, y en qué lugar ubica a este nuevo grupo de jóvenes en lo narrado. Es decir, nos introduce en el interrogante que subyace en todo proceso de identificación: cómo se construye la relación nosotros-ellos.

Partimos del supuesto de que la construcción de grupos sociales a partir de categorías constituye un proceso relacional, socio-histórico y dinámico. Habitualmente, y como consecuencia del grado de naturalización y de su pregnancia en el sentido común, se cree que las categorías sociales que empleamos para clasificar a los actores y acontecimientos son neutras, naturales y evidentes.

Sin embargo, la identidad en términos narrativos es algo que “se hace y se deshace continuamente” (Ricoeur, 1999:1001), y por ello, obliga a atender no sólo a las formas de

⁹ Bajo esta denominación se alude a sustancias tales como éxtasis, popper, ketamina, pepa, entre las más comunes y conocidas.

¹⁰ Más adelante explicaremos el porqué de esta designación.

designación y clasificación, a los juicios de valor de sus prácticas, y a la jerarquización de la información, sino también a las elipsis, los sobretazos y las ausencias que resulten significativas a lo largo de las narraciones.

Otra de las diferencias que observamos –respecto de lo que se privilegiaba en los informes sobre pibes poxi y paqueros- es que el foco de atención está puesto en la sustancia: características, sensaciones, circulación en el mercado, ritos de consumo, son los ejes alrededor de los cuales se estructuran los informes periodísticos que tematizan el consumo de sustancias de diseño, en lugar de poner la mirada en los jóvenes consumidores y sus prácticas.

Hay un corrimiento de la mirada que vira del sujeto al objeto: la “droga” en sí es la gran protagonista más que los sujetos que la consumen. Dicho corrimiento des-marca al joven consumidor, no lo señala, sino más bien pone el énfasis en la mostración del producto y de su estética.

Pero esto no es todo. Respecto del tratamiento de la información, tanto el análisis de la semántica general del texto como así los distintos elementos estilísticos y retóricos construyen un marco interpretativo que ubican la práctica del uso de drogas de diseño como una práctica “recreativa” asociada a una estética hedonista, que detallaremos más adelante.

Este es un elemento clave para comprender las configuraciones de sentido que se entretajan en torno de: tipo de drogas, prácticas sociales, sujetos implicados y nivel socioeconómico.

Aunque como mencionamos oportunamente, si bien el discurso televisivo no los designa a partir de ninguna nominación particular, sí observamos que al igual que a los jóvenes tratados en los apartados anteriores, los tipifica.

Sin embargo, y sirviéndonos de lo dicho por Dyer (1977) es necesario dejar en claro que existe una marcada distinción entre los estereotipos –de acuerdo a lo plasmado- y los tipos. Éstos, si bien actúan como clasificaciones generales de las personas, no los someten a un conjunto de rasgos exagerados y negativos, como era el caso de los jóvenes marginales.

EXTASIADOS

¿Por qué se habla de drogas “de diseño”? Según Camarotti (2004) con esto se inaugura un consumo peculiar que adapta al consumo masivo los gustos de diferentes grupos, elaborando productos sofisticados, exóticos, que distinguen y otorgan un tipo de identificación diferencial a quienes los adquieren.

Calafat (2000) explica que dentro de las drogas de diseño, el consumo de pastillas de éxtasis¹¹ contiene una carga simbólica muy fuerte: asegura diversión, capacidad de acercarse y vincularse con los otros de manera amigable y exitosa, y la posibilidad de conseguir estados emocionales o sensoriales específicos.

Específicamente, el consumo de éxtasis implica una innovación cultural y mercantil por sobre todas las cosas. Su novedad radica en su forma de presentación (píldoras de diversas formas y colores), en tanto su potencial consiste en su modalidad de consumo fuertemente vinculado a fines ociosos, lúdicos, recreativos, propios de las actividades de los fines de semana, cuyos escenarios privilegiados son los recitales, discotecas y fiestas multitudinarias, explica Camarotti (2004).

Gamella y Álvarez Roldán (1999) plantean que uno de los factores que también influyó favorablemente en que los jóvenes de clases medias y altas eligieran esta droga tiene que ver con el enorme interés que le prestaron los medios de comunicación, presentándola como una droga atractiva y divertida, y refiriéndose a ella como la “droga del amor”. “Nunca antes había aparecido una droga ilegal tan efizcamente orientada hacia el público juvenil”, afirma Camarotti (2004).

De acuerdo a la visualización de los programas del corpus, observamos que la televisión recoge esta orientación mercantil y la “traduce” en titulares, videographs, tematizaciones y narrativas.

Respecto de la construcción de los actores usuarios del éxtasis, es en la combinación del plano icónico y el verbal donde se vislumbra un sujeto juvenil alegre y divertido, caracterización que se vehiculiza a través de los presupuestos, sugerencias y alusiones.

Ahora bien, sabemos que el consumo constituye un lugar privilegiado de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. Es Bourdieu (1998) quien refiere a esa coherencia de carácter implícito presente en las prácticas y en los consumos de los agentes (de acuerdo con los lugares donde habitan, estudian, vacacionan, frecuentan, con sus modos de vestir, con la clase de objetos que portan, con el tipo de lenguaje que emplean, etc.), que funciona tanto como una lógica de integración a la vez que de distinción.

¹¹ Es un estimulante de la familia de las anfetaminas, su duración es más prolongada que la cocaína pero también para quien la consume presenta efectos alucinógenos. Son denominadas drogas sintéticas ya que su elaboración en el laboratorio resulta de la mezcla con otras drogas. Tiene la apariencia de un polvo cristalino, por comprimidos o tabletas. Fuente: Guía de capacitación para jóvenes referentes territoriales en salud comunitaria y equipos de salud sobre consumos problemáticos de sustancias –adicciones -, elaborada por el Ministerio de Salud de la Nación.

Si bien Bourdieu se refería a las prácticas sociales, las representaciones televisivas que se analizaron, funcionan, en cierto modo en paralelo, o replicando la distinción social, o reforzándola.

Atendiendo a esto, y en lo que concierne al tema de interés, es fundamental pensar la construcción de las diferencias socioculturales en la pantalla de la televisión teniendo en cuenta qué (sustancia), de qué manera, y para qué se consume.

En este marco, es interesante observar cómo el discurso televisivo va ofreciendo al televidente cierto tipo de información sobre objetos, usos y prácticas, posicionando a estos jóvenes en un lugar del espacio social diferente –material y simbólicamente- respecto de los otros jóvenes.

Esto nos conduce a la pregunta: ¿qué imaginario de juventud vehiculizan estos extractos audiovisuales?

Partimos de supuesto de que la juventud no es una posición natural sino más bien una construcción histórica y cultural (Bourdieu, 1990; Reguillo Cruz, 2000; Margulis y Urresti, 2008) que se entreteje sobre determinadas condiciones materiales y simbólicas.

Se es joven de diferentes maneras de acuerdo a la heterogeneidad que se vislumbra en el plano económico, social y cultural, y es en función de ello que la condición de juventud no se ofrece de igual manera para todos los que comparten la categoría estadística de ser “joven”.

A partir de ello, es interesante reflexionar sobre qué tipo de jóvenes versan estos discursos y qué idea de juventud se elabora a partir de estas imágenes.

Al respecto, la noción de *moratoria social*¹² acuñada por Margulis y Urresti (1996), proporciona algunas claves de interpretación para pensar la relación entre juventud y diferenciación social. Más precisamente, permite leer y analizar aquellas distancias que se revelan ante una misma práctica, producto de la posición que ocupa cada actor en el espacio social.

Así como el proceso de juvenalización no alcanza a todas las personas por igual –incluso a aquellas que comparten condiciones y características objetivas para serlo- el consumo, y en este caso el consumo de drogas, resulta un escenario propicio para observar qué elementos selecciona y jerarquiza el discurso televisivo en el proceso de identificación-diferenciación, y cuál es el margen de inclusiones-exclusiones que recrea al momento de representar la diversidad de actores usuarios de drogas.

¹² La categoría de moratoria social alude a que, con la modernidad, los grupos sociales medios y altos postergan la edad de matrimonio y de procreación durante un período cada vez más prolongado, ya que tienen la oportunidad de estudiar y de capacitarse en instituciones de enseñanza. La moratoria social propone tiempo libre legitimado socialmente donde se posterga la asunción de responsabilidades económicas y familiares.

Como bien afirman Margulis y Urresti “no todos los jóvenes son juveniles” (1996), y, ciertamente, esto se pone en evidencia en los distintos informes visualizados: las imágenes que se difunden de los paqueros o los poxi –como se ha visto-mantienen divergencias notables respecto de las imágenes que se construyen en torno de los jóvenes de diseño.

Entonces ¿qué cualidades y atributos privilegia el discurso televisivo para construir el modelo de juventud de los jóvenes de diseño?

El mundo juvenil que transmiten los mensajes audiovisuales gira en torno del imaginario de juventud hegemónico que se cimienta sobre la base de pautas estéticas, estilos de vida, consumos, gustos y preferencias, looks, prácticas sociales, diseños e indumentarias, y costumbres, propias de las clases más acomodadas.

Ese joven que aparece como una persona alegre, divertida, dinámica, asociada al placer, la seducción, el disfrute, que concurre a fiestas y está acompañado siempre por amigos, es la figura (mediática) del joven legítimo.

UNA “TRANGRESIÓN” BIEN VISTA

La Televisión enmarca el fenómeno del consumo de drogas sintéticas (o de diseño) en un ambiente hedonista, cuyo objetivo de máxima es la búsqueda de placer. Esto se vislumbra en la importancia que le adjudica el discurso televisivo a la mostración de aquellos elementos que conforman la sociestética propia de este tipo de consumo, tales como el ambiente, sus efectos, y los objetos exclusivos que forman parte.

Mientras que el uso del Poxiran y la pasta base convertía a sus usuarios en fuente de temor y de allí, devenía su carácter de “victimarios” en relación a una amplia gama de males sociales, advertimos que –de acuerdo al tratamiento que otorgan los medios al consumo de sustancias sintéticas- hay un umbral de tolerancia mucho mayor –respecto de las drogas tematizadas anteriormente-. Y, por el contrario, los jóvenes de diseño son representados como potenciales “víctimas” de las sustancias como consecuencia de un posible uso abusivo de las mismas.

Aquí, el peligro se encarna en la droga misma –no en los jóvenes- y, en todo caso, es producto de una “negligencia” al mezclarla con otras sustancias, o consecuencia del “exceso” en su consumo, hecho que es calificado como un uso “indebido”.

En este sentido, entendemos que habría una mayor aceptación social de sus usuarios, quienes son considerados, a lo sumo, como “transgresores”, y también de sus prácticas, concebidas, en tal caso, como “fechorías” de los fines de semana.

ES SÓLO UNA CUESTIÓN DE CLASE

En párrafos anteriores, destacamos la importancia del papel simbólico de los consumos en cuanto a su organización sobre la base del reconocimiento de “la diferencia”.

A largo de los informes analizados que versan sobre los jóvenes de diseño, el discurso televisivo recupera en las narraciones una serie de rasgos distintivos (costos de las sustancias, marcas distinguidas, objetos y lugares exclusivos) que ponen de manifiesto la posición social de unos y otros. Son matices que el medio introduce a la hora de describir no sólo los objetos de consumo –en tanto prestigiosos/vulgares-, sino también las prácticas –legítimas/ilegítimas- que se disponen alrededor de cada uno de los grupos y actores.

En ese gesto, el medio recoge esa cualidad, ese rasgo distintivo, entendido siempre como “propiedad relacional que tan sólo existe en y a través de la relación con otras propiedades” (Bourdieu, 1997), y replica las distancias sociales que los separan.

Así, más que dar la palabra (en términos de De Certeau), el medio recoge un inventario de características, un conjunto de rasgos, y hace hablar a la diferencia, en un coqueteo tácito y sigiloso, donde mientras se aproxima a los jóvenes de diseño, les marca su extranjería de clase a los *otros*.

De este modo, la televisión confirma en sus representaciones un imaginario propio de la clase media sobre los sectores marginalizados (sobre la base de la amenaza, la inseguridad, el temor, en tanto *otros* anormales, extraños, violentos, peligrosos), al tiempo que reactiva imaginarios asimétricos, donde lo que hace es reproducir las relaciones sociales de dominación. Claro que esto no es mediante una imposición monolítica sino más bien a partir de astutas configuraciones de sentido que dan cuenta del campo de inclusiones y exclusiones a lo largo de sus relatos.

En ese sentido, dichas representaciones constituyen no sólo una variante imprescindible en la persistencia de los procesos culturales y simbólicos de la diferencia cultural, sino que además resulta una dimensión constitutiva de las relaciones de igualdad-desigualdad.

ALGUNAS REFLEXIONES

En primer lugar, y respecto de las representaciones de los pibes poxi y los paqueros, el medio televisivo construye perfiles juveniles a partir de la naturalización del vínculo pobreza-uso de drogas-violencia-delito. Esto se da a partir de un proceso de designación que adjudica nombres, atributos y características desvalorizantes y criminalizantes, y atribuye acciones y valores “perniciosos”, “ilegítimos” y “violatorios” de normas y costumbres sociales a sus prácticas.

La estrategia mediática opera a través de mecanismos retóricos donde, por un lado, combina los titulares, los videograph y la voz en off con la temática de la que versan los informes; allí, se va delineando una configuración sociodiscursiva que establece y/o refuerza estereotipos.

La puesta en funcionamiento de mecanismos tales como la estereotipación negativa, criminalización y estigmatización prefiguran un discurso de tipo discriminatorio que construye un “sujeto peligroso y amenazante”.

Contrariamente, el espacio reservado para dar voz a los protagonistas se reduce a un mero interrogatorio que los deja expuestos como sujetos que viven en la miseria, a la vez que reproduce –en el plano simbólico- su condición social.

En lo concerniente a los jóvenes de diseño, si bien el medio no hace uso de ningún tipo de designación específica –como sí lo hace para los otros jóvenes-, emplea “tipos” que condensan hábitos y características, cuyo mecanismo facilita la reproducción y recepción del perfil juvenil que elaboran: un grupo de jóvenes alegres y divertidos que hacen uso de sustancias sintéticas como una mera práctica recreativa propia de los fines de semana.

Otra diferencia crucial es el hecho de que el foco de atención está puesto en la sustancia misma más que en los sujetos consumidores de éstas. Esto trae aparejado un corrimiento de eje del sujeto usuario de drogas a las características intrínsecas de la droga.

Otro dato a destacar es que la televisión enmarca el fenómeno de consumo de sustancias de diseño como una práctica hedonista, y no como se ha visto con los jóvenes otros, en un contexto de violencia y delincuencia, hecho que me permite afirmar que es considerada una “transgresión bien vista”, a pesar de que las drogas de diseño, como el éxtasis, son sustancias ilícitas al igual que la pasta base y el poxiran.

Por último, la recurrencia en los relatos nos lleva a considerar que la mención de rasgos distintivos (marcas de autos, objetos de lujo, lugares exclusivos, etc.) funcionan como guiños que el medio introduce para el televidente en un gesto sutil aunque no por eso menos evidente de (re)marcar la diferencia de clase, replicando pues, las distancia que separa a unos de otros, es decir, la desigualdad social.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Bourdieu, P (1988): “La codificación” y “Espacio social y poder simbólico”, en *Cosas Dichas*, Buenos Aires, Gedisa.

----- [1979 (1999)]: *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.

----- (1990): “La juventud no es más que una palabra”, en *Sociología y Cultura*, Colección Los Noventa, Méjico, CNCA, Grijalbo.

- ----- (1990) “La Juventud no es más que una palabra”. En *Sociología de la cultura*. Mèxico, Grijalbo, 1990.
- Calafat, A (2000) *Salir De marcha y consumo de drogas*, Madrid, Ministerio del Interior, Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- Cebrelli, A y Arancibia, V: (2008): “Las tram(p)as de las representaciones. Apuntes para el análisis de las coberturas mediáticas de problemáticas referidas a pueblos originarios”. Carrera de Ciencia de la Comunicación / U.N.Sa. Ponencia presentada en las XII Jornadas Nacionales de Investigadores en comunicación, Sta. Fe, Rosario, 16 de octubre de 2008.
- Ciamberlani, L (1997): “Los procesos de hiperreferencialización. Del discurso de la actualidad a los reality shows”. En *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa, Colección El Mamífero parlante.
- Costa Mara, Gagliano Rafael., *Las infancias de la minoridad, una mirada histórica desde las políticas públicas*, en Duschatzky, Silvia – “Tuelados y Asisidos”; Ed. Paidós, Bs. As., 2005.
- de Certeau, M (1996): *La invención de lo cotidiano I. Artes de Hacer*, Méjico, Universidad Iberoamericana, Méjico.
- Delumeau, J (2002) “Miedos de ayer y de hoy”, en *El Miedo. Reflexiones sobre su dimensión social y cultural*, AA.VV. Medellín, Corporación Región.
- Galindo Cáceres, Jesús. “Etnografía. El oficio de la mirada y el sentido”. En: *Técnicas de investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación*. Prentice may, México, 1998. pg. 348.
- Gramsci, A (1963): “La formación de los intelectuales”, en *La formación de los intelectuales*. Buenos Aires, Enlace, Grijalbo.
- Grignon, C y Passeron, J C (1991): *Lo Culto y lo popular: miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Grimson, A (2001) *Interculturalidad y comunicación*, Buenos Aires, Ed. Norma.
- -----The Making of New Urban Borders. Neoliberalism and protest in Buenos Aires. Universidad Nacional de San Martín. CONICET.

- Goffman, E (1963): *Estigma: la identidad deteriorada*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- Hall, S (1980): “Enconding/Deconding”, en Hall Stuart et al. (eds.): *Culture, media, language*, Hutchinson, Londres.
- Kuasnosky, S y Leschziner, V (1999) “El lugar del otro. Reflexiones a partir de un estudio en el barrio de la Boca”, en *La segregación negada, Cultura y discriminación social*, Buenos Aires, Biblios.
- Charaudeau, p y Maingueneau, D (2005) *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Link, B.G y Pelan, J.C (2001) Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, 363-385.
- Martín-Barbero, J (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gilli.
- Martín-Barbero, J (2001): “Introducción”, en Rincón, Omar (comp.). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, W.AA. Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- (1993): “La comunicación en las transformaciones del campo cultural”. En *Alteridades*, N°5. México, UAM-I.
- Mei-Zhen, L: “Methaphor as a textual strategy in English”, *Test*, volume 19-2, 1999, pp. 227-252.
- Morley, D (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Palma, J (2008): “Clases y culturas populares en el “realismo” y el “naturalismo” del nuevo cine argentino: entre el miserabilismo, el neo-populismo y la fascinación distante”, en Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (compiladores), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós.
- Prendergast, C (2000): *The triangle of Representations*. Columbia University Press, Nueva Cork-Chischester, 2000.
- P Ricoeur (1988: 43): *Hermenéutica y acción*, Docencia, Buenos Aires, 1988.
- Silverstone, R (1994): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Van Dijk, T (1997): *Racismo y análisis crítico de los medios*, Buenos Aires, Ed.Paidós
- (2000 b) (comp.). *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona, Gedisa
- Van Dijk, Teun A (2004) “Discurso y dominación”. En *Grandes Conferencias*

- *en la Facultad de Ciencias Humanas* No. 4, febrero de 2004. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia. Pp. 5–28.
- Van Teeffelen (1993) “Racism and methafor: the PALESTINIAN-Israeli conflict in popular literatura. *Discourse & Society*, volume 5, number 3, 1993, pp.381-405.
- Verón, E (1987): *La semiosis social*. Barcelona, Gedisa.
- Vidal Jiménez (2005): *Capitalismo (disciplinario) de redes y cultura (global) del miedo*, Bs. As., Ed. Del Signo.
- Williams, R (1981): *Cultura –Sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona-Buenos Aires. Paidos.
- Zaitseva, V (1994) “The metaphoric nature of coding: Toward a theory of utterance”, *Journal of Pragmatics*, volume 22, numer 1, 1994, pp.103-126.