

Retórica(s) de la desigualdad. La representación televisiva de los usuarios de drogas

Mariana Álvarez Broz*

Resumen

Las representaciones televisivas que tematizan el consumo de sustancias psicoactivas realizan una construcción diferencial de los sujetos usuarios de drogas de acuerdo a la clase social a la que pertenecen. Una de las modalidades seleccionadas para puntear esa diferencia es a partir de las operaciones y los procesos que conforman la estrategia de visibilidad, es decir, los mecanismos retóricos que se emplean para poner en escena a la diversidad de los actores que consumen drogas. Estas configuraciones sociodiscursivas retoman las divisiones sociales y (re)producen las relaciones de poder que atraviesan la desigualdad social.

Palabras claves: televisión-usuarios de drogas-clase social

* Mariana Álvarez Broz es Doctoranda en Sociología (IDAES-UNSAM). Magíster en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (IDAES-UNSAM). Lic. en Cs. de la Comunicación Universidad de Buenos Aires (U.B.A). Becaria doctoral (tipo II) CONICET. E-mail: mariana.c.alvarez@gmail.com

Retórica(s) de la desigualdad. La representación televisiva de los usuarios de drogas

Este artículo surge de una investigación¹ sobre las representaciones televisivas de los usuarios de drogas en la Argentina. En la actualidad, la mayoría de estos usuarios representados en la televisión son no-adultos, es decir, niños, niñas, adolescentes y jóvenes de entre 7 y 25 años.

Para dicha investigación me centré en aquellos segmentos audiovisuales que involucran la construcción de imágenes de usuarios provenientes de sectores sociales diversos. Focalicé en las modalidades en que las configuraciones discursivas de la televisión argentina presentan a los usuarios de drogas relacionados con la marginalidad –el *paco*² y el *Poxiran*³, y los comparé con aquellas destinadas a los usuarios de las *drogas de diseño* (tales como popper, éxtasis, ketamina, ácidos)⁴.

Esto me permitió analizar no sólo los imaginarios que construye la televisión argentina en torno de la diversidad de identidades culturales relacionadas con las drogas, sino también los mecanismos y dispositivos que emplean los medios de comunicación, y en particular el medio televisivo para representar la *diferencia* sesgada por la clase social.

El estudio de caso recoge una peculiaridad: el momento específico donde se produce una sobrerrepresentación, en la pantalla televisiva, de los sujetos, grupos y/o sectores más postergados, en simultaneidad con la emergencia y proliferación de formatos televisivos cuya característica es tematizar sobre la vida y las prácticas de sujetos marginalizados a partir de un contrato de lectura *realista* (Palma, 2008).

En efecto, desde la crisis social y política de diciembre de 2001, y ante la presencia masiva de sujetos y actores políticos que viven en situación de marginalidad en las calles urbanas (piqueteros, cartoneros, por mencionar sólo algunos), los medios masivos de comunicación se vieron obligados a incluirlos en sus respectivas agendas (Cebrelli y Arancibia, 2008).

De este modo, y contrariamente a lo acontecido durante los años '90, irrumpieron en la pantalla televisiva, de manera privilegiada, nuevos protagonistas, y a partir de esa irrupción adquirió especial relevancia en la

televisión la representación del modo de vida de los más desfavorecidos. La estrategia enunciativa (Maingueneau y Chareaudeau, 2005) seleccionada consistió en mostrar y explicar al enunciatario cómo viven los pobres.⁵

Según muestra un estudio que realizó el ex Comité Federal de Radiodifusión (Comfer)⁶ –actual Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)- entre los años 2001 y 2008, creció considerablemente en la programación argentina la tematización de la pobreza y la marginalidad (por ejemplo: el trabajo infantil en la calle con los *chicos limpiavidrios*; la delincuencia juvenil con los *pibes chorros*; la prostitución infantil, el uso de sustancias psicoactivas con los *pibes poxi*⁷ o los *paqueros*⁸ (por mencionar sólo algunos tópicos) como así también aquellos ciclos que tenían la vida real como referente (Scannapieco, 2007).

Pero, desde el año 2005, han sido objeto de tematización recurrente, principalmente, los jóvenes que consumen pasta base y aquellos que inhalan pegamento Poxiran. Éstos, y a raíz de lo observado a partir del año 2000, se han convertido en *personajes protagónicos*⁹ de las crónicas televisivas diarias, tanto en los noticieros como en aquellos programas del género periodístico que intentan mostrar la realidad a través de una espectacularización que combina información, ficción y entretenimiento (Vilches, 1995), llamados periodísticos

A partir de ese dato empírico, tomé para esta investigación como corpus de análisis dos tipos de programas dentro de los del género informativo de la televisión argentina: los noticieros y los programas conocidos como *periodísticos testimoniales* o *documentales periodísticos*¹⁰, tanto los de la televisión abierta argentina como los de las señales de cable, emitidos durante los años 2005, 2006, 2007 y 2008 inclusive. En el caso de los noticieros, delimité la visualización a la “Segunda edición”, es decir, a los difundidos durante el *prime time*¹¹ por ser la franja horaria de mayor audiencia. Entre ellos: Telefé Noticias; Telenueve, Visión Siete, América Noticias y Telenoche. En el caso de los ciclos documentales, también emitidos durante el *prime time*, entre los programas que relevé se encuentran: “Cámara Testigo”, “Crónicas Extremas”, “La Liga”, “GPS”, “Blog. Periodismo de autor”, “Punto Doc”, “Ser Urbano”, “Fuera de Foco”, por mencionar sólo algunos. En el caso de las señales de cable, también restringí la visualización al horario

principal. Entre ellas figuran: Todo Noticias (TN), Crónica Tv, Canal 26, C5N, América 24.

Por este motivo, y a lo largo de este artículo aparecerán citados algunos segmentos televisivos correspondientes a los noticieros y a los ciclos mencionados, comprendidos durante el período abordado, dependiendo de su pertinencia con la presente publicación.

Advertida sobre el carácter complejo y elusivo de la televisión¹² y en diálogo con lo planteado por Fiske y Hartley (1978) respecto del modo de abordaje de los textos televisivos, la metodología de trabajo consistió en producir un análisis cultural, que fue producto de un “continuo juego de interpretaciones, una continua producción de conjeturas a partir de las huellas en los discursos” (Alabarces, 2002: 34).

Para su desarrollo, tomé como referencia aquello que Casetti y di Chio (1999) llaman análisis del medio y de los procesos culturales. Esta orientación analítica combina las siguientes modalidades de abordaje: el análisis de contenido; el análisis textual (del lenguaje, estructuras discursivas, estrategias comunicativas); el análisis de la función social del medio; el análisis de la ideología; el análisis de los procesos de construcción de imaginarios.

Esta propuesta, postulan los autores, retoma aspectos de los enfoques: “críticos”, “culturoológicos”, “histórico-culturales” y de la perspectiva de los Estudios Culturales.

Desde este enfoque, la propuesta metodológica intentó, por un lado, trascender aquellos análisis inmanentistas, y por otro, enmarcar el objeto de estudio en los procesos sociales y culturales donde surgen y circulan dichas representaciones. Esto implicó no dejar de lado aquellas posibles relaciones entre la televisión y la sociedad donde se gesta, en tanto, posibilidades de diálogo, confrontación, disputa, negociación, conflicto, etc.

En este marco, el proceso de investigación consistió en explorar el material audiovisual, y para ello, se requirió de un trabajo de visualización de los segmentos y programas donde aparecían en escena los usuarios de drogas, sostenido a lo largo de varios meses hasta el momento en que la información “saturó” la pregunta orientadora (Morgan, 1996).

Posteriormente, me centré en la descripción del corpus, donde traté de identificar las recurrencias significativas del texto audiovisual. En ese recorrido, fueron manifestándose algunos ejes temáticos que, luego, ordenaron y estructuraron el manuscrito final.

En diálogo con los primeros hallazgos emanados de la descripción y del estudio del material audiovisual, se fue conformando un marco teórico-conceptual a partir de la búsqueda y selección de categorías que contribuyeran a operativizar el análisis.

Una vez adentrada en la interpretación cultural, intenté recomponer aquellas “huellas” presentes en los discursos, otorgándole una explicación a la estructura y a los procesos que conforman el texto.

Así, apunté a interrogar al texto no sólo en los elementos concretos de ese texto, sino también en los modos en que dicho texto construye lo que dice, y se construye a sí mismo. Porque los textos no sólo muestran “porciones de realidad” o hablan sobre alguien, sino que además ponen de manifiesto el modo en que algo se captura, se construye, se sistematiza y se reproduce, a los efectos de ponerlo en escena de manera lo más legible posible para su(s) teleaudiencia(s).

El uso cromático

En este apartado daré cuenta de cómo a través del empleo de ciertos colores se va punteando en el relato audiovisual la diferencia entre la diversidad de usuarios de drogas. Las características que adquieren las imágenes de unos y otros va perfilando una tipología juvenil que se construye relacionamente a partir de sutiles mecanismos retóricos.

A través de una acotada escala de grises aparecen en escena los pibes poxi. Esta configuración cromática va delineando a lo largo del discurso sus figuras, las cuales asumen especial protagonismo a partir del uso sistemático de los primeros planos de sus rostros.

Son imágenes pobres: descoloridas, apagadas, neutras. Con escasa luz, poco brillo, y vagos matices que delimitan la relación figura y fondo. Esto es el resultado de aquello que la cámara selecciona y elabora para mostrar la miseria.

Las imágenes de los paqueros, por su lado, comparten con las de los “pibes poxi” algunas particularidades antes mencionadas: son difusas, opacas, lavadas, sin contrastes cromáticos. Son imágenes sin vida. Y, especialmente, tienen la particularidad de ser amarronadas.

Y si el gris y el marrón son los colores privilegiados en ambos casos, los *jóvenes de diseño*¹³ son conformados a través de una palestra de colores estridentes como azules, rojos y amarillos, que le imprimen vivacidad a las imágenes, en contraposición con las anteriores, cuyo efecto es la falta de vitalidad.

Estas características de las imágenes entran en consonancia con las configuraciones sociodiscursivas que construyen, desde un principio, y ya desde las modalidades de nombrar *tipos de sujetos diferentes*. Mientras que unos son identificados como los *pibes de la calle* –designación que se le imprime a quienes inhalan pegamento Poxirán- o los *muertos en vida* –mote que se le adjudica a quienes fuman Paco-, ambos asociados fuertemente a la pobreza, la marginalidad, la delincuencia, la prostitución y la violencia, y cuya práctica de usar drogas está relacionada fuertemente con la ilegalidad. Algunos ejemplos ilustran lo dicho:

“Ayer les mostrábamos imágenes de una realidad irremediable, ocurría en los alrededores de una escuela de Pompeya, chicos tirados en la calle, parecían muertos. En realidad se trata de muertos en vida, chicos cuya vida lamentablemente no vale nada, están consumidos por el paco” (Telenueve (2ª edición) 04/05/06)

“Las pirañas del Obelisco ¿Quién podría imaginarlo? Son chicos de nueve, diez y once años”. Seguidamente, una voz en off masculina amplía la información: “Bandas de chicos atacan en grupo como pirañas a lo largo de la avenida 9 de Julio, y meten mano a carteras y teléfonos celulares”. El videograph recorta la información y resalta en la pantalla: “Atacan como pirañas” (América Noticias 9/11/08)

“Los paqueros piden monedas en la calle, pero también son capaces de hacer cualquier cosa para conseguir dinero y comprar paco. Robar, delinquir y hasta agredir a su propia familia” (Impacto Chiche julio 2008 21 hs).

Por otro lado, quienes consumen sustancias sintéticas son referenciados con la mera denominación de *jóvenes*, y caracterizados como alegres y divertidos, asociados al placer, al ocio, al disfrute, cuya representación del consumo de las

sustancias de diseño deja entrever cierta tolerancia con el sujeto usuario de drogas, algo así como una *trasgresión bien vista*. Un ejemplo de ello: “Fiesta y diversión: extasiados. Jóvenes bailando al son de los mejores disk jockeys. Saltan, ríen, se abrazan. Es la fiesta de la música y del amor” (Telenueve 30/01/2006)

Estas diferencias parecen estar sobretrazadas, también, a partir de variaciones cromáticas que oscilan entre imágenes descoloridas e imágenes multicolores.

El uso de (ciertos) colores para retratarlos es un elemento interesante de indagación, en tanto el color como característica de la imagen aporta un gran valor expresivo y comunicacional. Ya que los enunciados visuales también emplean operaciones retóricas para potenciar argumentos persuasivos y hacer eficaces sus mensajes icónicos. Para ello, incorporan, por ejemplo, el empleo de figuras retóricas cromáticas.

La combinación del blanco y negro remite a la imagen documental, ya que la forma (casi) incolora aporta poca información en el desciframiento inmediato de lo representado, remitiéndose, en una primera instancia, a captarlo, registrarlo y documentarlo.

A su vez, los colores blanco y negro permiten su utilización como atributo realista, y al mismo tiempo, como documento de dicho acontecimiento, otorgando, pues, el estatuto de verosímil a lo representado, y creando la ilusión, propia del discurso periodístico: eso que está ahí es real.

En lo que respecta a la antinomia que se presenta en las representaciones estudiadas, y siguiendo la clasificación de Durand (1970), la antítesis funciona como una forma de comparación basada en la contraposición de dos figuras o imágenes. La oposición cromática-acromática, por ejemplo, -característica de los jóvenes de diseño, por un lado, y de los pibes poxi o paqueros, por otro- suele expresar una comparación antitética de dos momentos: presente y pasado respectivamente. Así, y entre los usos metonímicos más frecuentes, cuando una imagen aparece alotópicamente¹⁴ en color sepia, señala un tiempo que ya fue, un suceso que remite al pasado.

Por el contrario, los colores como el azul y el brillo metalizado, indican de manera asociativa un tiempo venidero, de cosas nuevas, próspero. Estos signos

cromáticos se han ido estabilizando en las operaciones de reconocimiento, actuando como convenciones.

Es así como las características cromáticas contribuyen a conformar binomios representacionales respecto de los jóvenes de diseño y de los jóvenes de los sectores más desfavorecidos respectivamente: imágenes vivaces/imágenes opacas-, vitalidad/no vitalidad, prosperidad/marginalidad.

Las imágenes analizadas revelan la dimensión opaca que todo objeto cultural exhibe (Marin, 1981). Porque este tipo de representaciones visuales, además de ocupar el lugar de algo ausente, disimulan y ocultan formas de pensar y producir el mundo, e intervenir en la realidad. Y el color, más específicamente su función cromático-simbólica, es una variable más para indagar qué relaciones se ponen en juego, qué alianzas (sociales) se entretajan y que otras entran en tensión.

En este sentido, la variación cromática pone en evidencia relaciones de lejanía y proximidad, no sólo entre los grupos sino también entre la diversidad de usuarios y la instancia enunciativa.

De acuerdo con Schmitt (1998) cada dimensión del color se relaciona con un tipo de sensación y reacción diferente. Por ejemplo, cuanto más se satura un color, mayor es la sensación de que ese objeto está en movimiento. Las tonalidades de la parte alta del espectro cromático (rojo y amarillo) suelen ser percibidas como energéticas y extravertidas. El color rojo en particular –presente en las configuraciones de los jóvenes de diseño- contribuye a percibir a las personas como osadas, sociables, excitantes, potentes, activas. El amarillo, por su lado, suele estar asociado con personas joviales, animadas, impulsivas. Este es el aura que el discurso televisivo construye alrededor de los jóvenes de diseño.

Cabe señalar que no es el propósito de estas consideraciones construir un vínculo mecánico o lineal (ni mucho menos causal) entre color y sentido. El objetivo es, más bien, ahondar en la función que pudiera tener el mecanismo cromático en las representaciones sobre *la diferencia* entre unos y otros.

Así, las imágenes compuestas por colores brillantes dan la impresión que los objetos o personas están cerca, en contraposición con aquellas composiciones más opacas –lavadas o descoloridas- que establecen mayor lejanía.

Esta relación de *proximidad-lejanía* es recreada por el relato televisivo: el medio se posiciona de manera distante respecto de los usuarios de drogas

relacionadas con la pobreza y la marginalidad, y no así de los usuarios de sustancias de diseño. El par nosotros-ellos, irrumpe insistentemente (a veces, de manera más sutil, otras filtrándose en el posicionamiento de la instancia enunciadora) en un gesto que resulta esclarecedor a la hora de analizar la representación de la diferencia socio- cultural.

Es para destacar cómo lo propiamente verbal –señalado muy sucintamente en párrafos precedentes respecto de las formas de nominación- tiene su correlato en el campo visual, donde adquiere gran relevancia el cómo se arma y se monta la información, es decir, el “packaging de la noticia” (Ibáñez, 1993:3-5), siendo que aquí no sólo es importante lo que se cuenta sino más bien cómo se lo cuenta.

Por eso, es que apunté a interrogar al texto no sólo en los elementos concretos de ese texto, sino también en los modos en que dicho texto construye lo que dice, y se construye a sí mismo. Puesto que los textos no sólo muestran porciones de realidad o hablan sobre alguien, sino que además ponen de manifiesto el modo en que algo se captura, se construye, se sistematiza y se reproduce, a los efectos de ponerlo en escena de manera lo más legible posible para su teleaudiencia.

Fotografías

Otro de los hallazgos recurrentes es la *foto* que los retrata: la imagen que muestra la(s) mano(s) de un joven llevándose a su boca la bolsita de nylon –para inhalar pegamento-, y cuando la cámara registra a través de planos detalle las manos ajadas de los paqueros manipulado los utensilios para armar sus pipas, y mediante planos cortos sus cuerpos tomados de espaldas, y en posición inclinada hacia adelante. Aún cuando la toma es de frente, son las gorritas¹⁵ las que adquieren protagonismo a lo largo del relato visual. En ambos casos (pibes poxi y paqueros) esa fotografía constituye el mensaje icónico que privilegia la televisión para retratarlos, donde lo cromático funciona como marco que va delineando la imagen que de ellos se construye.

Es evidente que el uso reiterado del primer plano así como del plano detalle pretende orientar la mirada, hacer foco en la acción de inhalar pegamento o de fumar paco. En contraposición, un plano abierto y general captura a varios jóvenes

reunidos en la pista de baile y con las manos en alto. Distintamente de los anteriores, estos jóvenes siempre son mostrados en grupo. Sus rostros no alcanzan a visualizarse nítidamente, producto, un poco del juego de luces con la que es compuesta la imagen, otro poco, consecuencia de la celeridad en que los fragmentos se superponen en la edición de la secuencia audiovisual. Este hecho, pues, dificulta en gran medida mostrarlos en su individualidad.

Ahora bien, una curiosidad: si bien, y a partir de efectos técnicos de edición –pixelado, esfumado o mosaico- se velan los rostros u ojos de los paqueros y los pibes poxi, con la intención de preservar su identidad,¹⁶ la cantidad de información que brindan los informes (nombre, edad, barrio, estación de tren o subte) constituyen elementos claves al momento de identificar, situar y localizar a cada uno de los chicos.

Paradójico: por un lado, se intenta, aparentemente, cubrir sus rostros, y, por otro, no sólo la cámara captura insistentemente aquellos otros rasgos fisonómicos, dejando al descubierto características personales, sino que además se ofrece información minuciosa sobre sus prácticas, hábitos y recorridos por la ciudad, tales como zonas de estadía o residencia.

Acá sí el relato se aproxima a ellos. Pero ¿con qué fin? ¿Qué quiere mostrar? ¿Qué testimonian dichas imágenes? ¿Qué aspiraciones tienen esas “fotografías” en tanto documento? ¿Qué pretenden ser? ¿Un reflejo de dicho objeto? ¿Una explicación de su existencia o funcionamiento? ¿Cuál es el sentido de registrar la marginalidad y a sus actores para el medio televisivo?

Retomando lo referido a la imagen documental, todo registro, ya sea fotográfico o en video de un objeto, por sobre todas las cosas, un documento de dicho objeto, y de los modos en que se construye ese acontecimiento.

Sobre la reflexión en torno de la autonomización estética de la representación (la forma) frente a lo representado (el contenido) Benjamín (1977) cuestiona la disociación de la mirada respecto de la política. Para el autor el problema decisivo no reside en que la fotografía se distraiga del objeto para prestar atención a su forma, sino en que la actividad de observar se divorcie de la acción política.

En este sentido, si el registro audiovisual de la marginalidad no aspira a la transformación de esas condiciones de existencia en su dimensión simbólica, la

fotografía –o el audiovisual- y con ella las imágenes que elabora, sólo (re)producen el mundo tal y como es. Porque desde la distancia de la mirada estetizante, dice Benjamín (1977) sólo se puede consumir la miseria de los demás, pero no ponerle fin.

Esta actitud deja al observador sólo en una posición voyeurista sin posibilidad de una acción que contribuya a su transformación. Al respecto, Sontag (2003) plantea una reflexión digna de ser considerada: la distancia voyeurista con respecto a las imágenes del sufrimiento surgen por el hecho de que el observador ignora qué hacer frente al dolor.

Ciertamente, se tiene una vaga conciencia respecto de la existencia de personas que padecen la pobreza, la miseria, la marginalidad; sin embargo – algunos más que otros- terminan acostumbrándose a esa idea, a ser más o menos indiferentes, a involucrarse más o menos con las necesidades de los otros, a sentirlo más o menos como un problema ajeno. Pero sin dudas, las imágenes pueden perseguir el fin de (sólo) estremecernos y naturalizar esa situación de desventaja social, e incluso, reforzar esa posición, o por el contrario, cuestionar ese modo de vida e interpelar(nos) a tematizar críticamente las condiciones de existencia de los sujetos o grupos más desfavorecidos.

Resulta claro que las imágenes son polisémicas, motivo por el cual no se explican por sí solas. Es así como su sentido (social) depende, en gran medida, del contexto donde aparecen o donde se insertan.

Para que la elaboración de una imagen no perezca en ambigüedades, necesita del *beschriftung*¹⁷, la inscripción del sentido a través de una leyenda. Puesto que todo registro documental en sí tiene la tendencia ideológica, o como postularía Barthes, mítica, a naturalizar lo registrado, a purificarlo de la complejidad de los contextos políticos del caso (1980), es así como la función de la inscripción ancla su sentido o lo pone en cuestión.

En los extractos donde aparecen las imágenes de los pibes poxi y los paqueros sin inscripción alguna (como titulares, videographs o voz en off) es decir, sólo la “fotografía” puesta una y otra vez en la pantalla a circular en las sucesivas escenas donde aparecen estos sujetos, el relato audiovisual no hace otra cosa que limitarse a exponer la miseria, a mostrar los modos de existencia de estos usuarios. Los (hiper)visibiliza pero sin explicar nada, al tiempo que invisibiliza el cómo y el

por qué han llegado a vivir en situaciones tan extremas, mientras otros, se divierten, disfrutan, gozan. Y, en este punto, el discurso televisivo no hace más que (re)producir imaginarios que naturalizan y refuerzan posiciones de desventaja social.

Para evitar ese juego de (in)visibilización –mostrarlos en los márgenes de modo acrítico sin dar cuenta de cómo llegaron a esa situación miserable- la imagen necesita una explicación que permita poner en contexto lo que ella retrata.

Al respecto, es dable recordar que el mensaje lingüístico tiene dos funciones en relación con el mensaje icónico: la de anclaje, cuya función es acotar la multiplicidad de significados, otorgando un control denominativo a la imagen; y la de relevo, cuya función es la de complementación, ya que contribuye a leer las imágenes móviles (Barthes, 1986).

De lo antedicho, es evidente que, en el lenguaje audiovisual, el plano visual y el verbal se elaboran en diálogo permanente, recuperando esos guiños producidos en la narración para el televidente. En el caso estudiado, ese diálogo actúa de manera complementaria como refuerzo de aquellas marcas que permiten identificar y presentar a los jóvenes de manera diferencial.

Por ejemplo, cuando los titulares o videographs suscriben: “Los muertos en vida”, acompañados por imágenes descoloridas y opacas, donde los actores son presentados en terrenos baldíos o en fachadas de fábricas abandonadas. Mientras que, la voz en off relata: “Fiesta y diversión”, se observan imágenes de jóvenes bailando en boliches compuestas por colores estridentes y con brillo.

Es así como la foto no es nada sin el pie, sin el legendum (Bourdieu, 1996) que funciona como indicativo sobre lo que hay que leer. Lo cual conduce al interrogante acerca de las leyendas que acompañan las “fotos” de estos jóvenes. En el caso de los chicos de los sectores más postergados, son aquellas que hablan de los *hijos de la calle*, los *muertos en vida*, los *chicos sin futuro*, las *nenas de la prostitución*. Ellas resultan, sin duda, “representaciones que comprimen al tiempo que reprimen a lo representado” (Ibáñez: 1993:23).

Escenarios

Hablar de la representación de la diferencia sociocultural en el medio televisivo implica, inevitablemente, preguntarse, por un lado, por el contenido de la imagen (sujetos, objetos, situaciones, gestos, etc.) y por el otro, por el tipo de mirada que se le otorga a ese mundo, es decir, el modo en que es captado por la cámara. Esto resulta, ciertamente, una interacción recíproca entre *la puesta en escena* y *la puesta en cuadro* (Casetti y di Chio, 1994).

El concepto de puesta en escena es una noción que proviene de los teóricos del teatro, el cine y la televisión. En su sentido literal, y específicamente aplicado al campo audiovisual, refiere a la disposición de cada elemento así como a los movimientos que efectúa cada sujeto-actor dentro de la escena.

En la actualidad, y por influencia del idioma francés –que utiliza la expresión *mettre-en-scène* para aludir al director de cine-, también se lo relaciona con la idea de que todo lo que aparece en imagen está supeditado a la voluntad del director o realizador.

Entonces, entiendo la puesta en escena como esa composición en la que se ordenan y combinan los objetos, los sujetos y las situaciones en el cuadro, y que consiste en sentido amplio en la realización de la imagen, en este caso, audiovisual.

El análisis sobre las imágenes me condujo a reconstruir la conjugación de elementos de esa puesta en escena que conforman lo que he denominado los escenarios de los distintos actores.

Si hiciera un paralelismo con las artes escénicas, podría decir que el *escenario* –por excelencia- donde son presentados los pibes poxi es la *calle*. Éste funciona como refugio y a la vez como escape, es lugar de rodeos y de pesquisas, de intercambio, de estadía, de residencia, de comunión y de trabajo. Y esto, claro, no es por elección. Sino más bien, porque constituye, tal como explica Elbaum el único “ámbito de socialización ante la clausura simbólica y material de los consumos inaccesibles” (2008:130).

La diversidad de escenografías conforma, en realidad, variedades de un mismo escenario: la calle. Allí, algunos de los usuarios están recostados en las escaleras de terminales de tren o de subte inhalando de la lata de Poxiran, mientras otros de ellos rondan entre la muchedumbre sin rumbo fijo, caminan de manera circular, limpian vidrios en los semáforos, y aspiran de sus bolsitas de nylon.

Otras veces, deambulan de manera casi zigzagueante por algunas de las anchas avenidas de la Ciudad de Buenos Aires como 9 de Julio, Rivadavia, Pueyrredón, o Corrientes. Acompañan a esas imágenes temas musicales que otorgan dramatismo a la escena.

También es frecuente verlos debajo de puentes o en bancos de plazas, echados sobre viejos colchones o recostados en pedazos de cartones o retazos de tela.

El lente (de la cámara) registra en cámara lenta y mediante tomas subjetivas¹⁸ la combinación de ornamentos que tienen a su alrededor: cacharros, acolchados, termos, pila de diarios, desechos y bolsas de basura. Se detiene en cada uno de ellos, hace zoom in, como si temiera que algo quedara por fuera del cuadro. Y, por si acaso hubiera alguna duda, realiza un *paneo*¹⁹ general y vuelve sobre lo visto, lentamente, asegurándose, ahora sí, que nada escape a su registro.

En este movimiento de cámara, la lata de Poxiran, adquiere (especial) protagonismo, al punto de funcionar como metonimia²⁰ de los pibes poxi. Por momentos, es capturada mediante primeros planos –entre el resto de otros objetos que la rodean- y espasmódicamente, a partir de los juegos de planos que abren y cierran las tomas, capturan su etiqueta amarilla identificatoria a través de planos detalle.

¿Por qué tanta atención puesta al ambiente? ¿Qué es lo que las imágenes quieren mostrar? ¿Qué contrato de lectura (Verón, 1987) se intenta establecer?

Las imágenes televisivas poseen la particularidad de producir eso que los críticos llaman efecto de realidad (Bourdieu, 1996). Así, y en un gesto minucioso y casi obsesivo de hacer ver y hacer creer que eso que está ahí *es real*, se produce un sobretrazo que confusamente oscila entre la identificación de los jóvenes y el extrañamiento hacia su modo de vida y sus prácticas.

Es una combinación, propia del registro audiovisual, que hace jugar a las imágenes entre la tensión de la semejanza y la diferencia, donde el *otro* se convierte en el *espacio ciego* del que nos hablaba Barthes en su ensayo sobre la fotografía (1997), y donde lo único que el fotógrafo le pide a ese *otro* es que siga siendo su alteridad radical.

Así, el registro de los pibes poxi a partir de una descripción pormenorizada, el uso de los primeros planos, la mirada subjetiva de la cámara y su ralentización,

la insistencia de lo ya visto, el detenimiento en los objetos de uso y de consumo, deja entrever una sensación de extrañeza, de distancia, dada no por el detalle, sino por lo que éste tiene de minucia.

Contrariamente a la toma subjetiva y a la cámara lenta que captura a los *otros* (pibes poxi y paqueros) –deteniéndose en cada uno de ellos, focalizando en sus prácticas y en sus consumos, diseccionándolos en sus partes-, una sucesión ininterrumpida de imágenes a gran velocidad se suceden para exponer a los jóvenes de diseño en la fiesta²¹: planos generales de la pista, planos cortados de los cuerpos danzantes, primer plano de la bandeja²² del disc jockey, primer plano de la bola multicolor, planos picados que exponen a la multitud, son los que componen esta estética visual.

Esta lógica narrativa, además, característica del videoclip, ofrece fragmentación, superposición, montajes rápidos, simultaneidad de imágenes (Landi, 1992), y resulta así un collage electrónico que visibiliza a estos jóvenes sin hacer foco en ellos, evitando poner el acento en sus individualidades. Puesto que aquí lo que adquiere primacía es el evento, la fiesta, y en ese marco de diversión y disfrute lo que alcanza a visualizarse es la *masa* –de jóvenes- en movimiento, pero sus contornos se desdibujan y sus rostros se difuminan, como consecuencia de la vertiginosa combinación de encuadres y secuencia de las imágenes.

Teniendo en cuenta lo antedicho, otra de las diferencias observadas – respecto de lo que se privilegia en los informes sobre chicos poxi y paqueros es que el foco de atención está puesto en la *sustancia*: características, sensaciones, circulación en el mercado, ritos de consumo, son el eje alrededor del cual se estructuran los informes periodísticos que tematizan el consumo de sustancias de diseño, en lugar de poner la mirada en los jóvenes 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 exhibición del producto y en la estética que acompaña su consumo.

Aquí, el medio televisivo enmarca el uso desustancias de diseño en un ambiente hedonista, en la búsqueda de “nuevas sensaciones”, como una “aventura” para probar “otros placeres”. El hecho de presentar el fenómeno como parte de una “diversión” diluye la connotación estigmatizante y criminalizadora que, en los

otros, se asociaba al consumo de poxi o paco. No sólo se desmarca a los jóvenes de las clases más acomodadas, sino que además se los des-responsabiliza: “lo hacen para innovar, no son “adictos”, es sólo por diversión”.

El discurso televisivo informativo desplaza en los jóvenes de clase media el uso de drogas hacia el consumo recreativo, diluyendo la ilegalidad de esta práctica, así como todas aquellas connotaciones negativas con las que identifica, caracteriza y asigna atributos a los chicos de los sectores desfavorecidos.

Lo no dicho, es que mientras unos hacen usos de ciertas sustancias como Poxiran o Pasta Base como una forma entre otras de paliar las condiciones miserables en las que viven, poniendo en riesgo y deteriorando su salud, otros consumen drogas sintéticas como parte de las fechorías de los fines de semana en su tiempo de ocio.

Botellitas: la parte por el todo

A la salida de la fiestas electrónicas, ya entrada la mañana, la cámara se detiene en un montículo de botellas de plástico que encuadra con un primer plano. Aquí la *botellita* evoca el tipo de sustancia que se consume en estas fiestas: el acento –una vez más- está puesto en el objeto –agua- más que en el sujeto usuario de esa droga. Es así como se lo des-centra, se lo ubica fuera del foco de atención.

Es tal el protagonismo que adquiere la botellita, y por contigüidad, el agua como complemento indispensable de este tipo de consumo, que es objeto de tematización en las entrevistas. Durante el ciclo “Fuera de foco” del día 12/11/08 el movilero se entremete entre decenas de jóvenes, se acerca a un grupo y les pregunta sobre las botellas de agua mineral que tienen en sus manos:

- _ ¿Por qué agua y no alcohol?
- _ Porque acá se consume esto, somos sanos viste... (risas)
- _ ¿Y qué hacen allá adentro toda la noche?
- _ Bailamos...nos divertimos.
- _ Y levantan minas!
- _ Y...depende...si da...depende, porque cada uno está en la suya, en su mundo.

Minutos más tarde, el movilero entrevista al vendedor de agua:

- _ ¿Cuánto vendiste hoy?
- _ Cerca de dos mil botellitas
- _ ¿Cuánto cuesta una botella?
- _ Y alrededor de ocho pesos, a veces un poco menos, a veces más, depende la hora...
- _ La verdad que es un lujo tomar agua acá...

_Pero es indispensable, todos la consumen, litros y litros.

En ese proceso de reconstrucción, los jóvenes, en tanto sujetos usuarios de drogas, pasan a un segundo plano, y aparecen, en medio de la incertidumbre propia del recurso retórico (la metonimia), como una más de las partes que componen el rompecabezas: fiesta-pastillas-botellita-jóvenes-música electrónica-agua mineral.

La botellita necesita ser explicada. Hay una experiencia que debe ser contada: la combinación éxtasis y agua mineral. Y por eso, la intervención de la voz en off, posibilita esa completud que da sentido a la cadena ilimitada de sentidos posibles: “El agua es imprescindible por la sencilla razón que se plantea la incompatibilidad del éxtasis con el alcohol”.²³

El uso de la metonimia, que es del orden indicial, evoca un enigma, plantea un acertijo, deja un lugar abierto, y reclama al sujeto que reconstruya esa totalidad a partir de la parte que deja entrever.

Ahora bien, la lata (de Poxiran) y la pipa (de paco) también son utilizadas metonímicamente en alusión a los pibes poxi y los paqueros. Sin embargo, y a diferencia, la botellita no es la droga en sí, entonces hace falta esa reconstrucción que permita establecer la combinación: botellita-agua mineral-éxtasis. En cambio, tanto la lata como la pipa son parte de la totalidad (objeto-droga) a la que se pretende aludir.

De este modo, mientras que para hablar de los jóvenes de los sectores marginales se expone llanamente y sin tapujo las sustancias que ellos consumen, la referencia a los jóvenes de los sectores más favorecidos está mediada – y señalada indirectamente- por la botellita, gesto que deja entrever cierto cuidado en su mostración.

Comentarios finales

La estrategia de (in)visibilidad adoptada por el medio televisivo se sirve de ciertos aspectos retóricos para representar la diferencia sociocultural entre los usuarios de drogas relacionados con la marginalidad de aquellos de los sectores sociales más prósperos, siendo, la *configuración cromática*, la *elaboración de*

imágenes “fotográficas” y la construcción de escenarios los ejes fundamentales que estructuran el discurso audiovisual.

En relación a las operaciones retóricas mencionadas, destaco, en primer lugar, el uso de los colores, como característica recurrente para (re)marcar una relación de proximidad y lejanía –dependiendo de quien se trate- entre la diversidad de los actores involucrados y la instancia enunciativa.

Mientras los jóvenes que usan sustancias de diseño son representados a través de configuraciones donde predominan colores brillantes (azules, rojos y amarillos), dando la impresión de que son sujetos más cercanos, los paqueros y los chicos poxi son retratados a partir de composiciones neutras y opacas (grises y marrones) que comunican mayor lejanía.

Por otro lado, y en lo que concierne a la composición de las escenas, el encuadre (uso de primeros planos y planos detalle), la cámara subjetiva, la ralentización de las tomas, la reiteración insistente de planos cortos, produce una captura casi obsesiva de los sujetos marginalizados que deviene en la construcción de un objeto exótico. En contraposición, el uso de planos generales, planos cortados, contrapicados, la sucesión ininterrumpida de imágenes a gran velocidad, el foco puesto en el espectáculo más que en los usuarios, des-marca a esos jóvenes y corre el eje de la temática: del usuario de drogas a la mostración de un evento masivo a lo sumo en clave “transgresora”, nunca delictiva, como sí se enmarca el caso de los usuarios más desfavorecidos socialmente.

De lo antedicho, puede decirse que develar las técnicas de producción de las representaciones televisivas sobre los usuarios que hacen uso de sustancias psicoactivas fue una manera de abordar el interrogante sobre *cómo el medio televisivo construye la diferencia social en la actualidad*.

Pero eso es sólo una parte, porque, absorbidos por el interés de describir y analizar el contenido de las representaciones televisivas, se corre el riesgo de pasar por alto cuan socialmente productivas resultan las representaciones en el proceso mismo de construcción de ese objeto. Puesto que “las representaciones autorizadas proveen no sólo tópicos sino también marcos de entendimiento” (Rodríguez, 2008a: 322).

Así, en vez de considerar las “representaciones” como “fondo”, propongo mover las piezas de lugar de modo tal que las “representaciones” pasen a

constituirse, también, como “figura”. Es decir, en vez de que el “objeto” de análisis sea sólo el contenido de esas representaciones, pretendo que las “representaciones” sean reconceptualizadas como un objeto sociocultural en sí, en tanto productoras de sentido social. Y en ese marco, de acuerdo con el análisis del contenido, podemos decir que no son sólo representaciones que reproducen relaciones de jerarquía social, sino también, son constructoras de desigualdad.

La televisión no es un mero “canal” por donde circulan contenidos, puesto que no hay nada que sea una presencia dada, sino más bien una *presencia* (Said, 1990) de otra cosa. En coincidencia con lo planteado por Bourdieu (2003), la televisión, si bien pretende ser (o se presenta a sí misma) como un dispositivo que refleja la realidad, termina convirtiéndose en un instrumento que co-construye esa realidad.

Y esa producción tiene una particularidad: en el vínculo representación-representado subyace un ejercicio de poder al igual que postula Said (1990) en la relación entre Oriente y Occidente, que se devela en los siguientes interrogantes: desde qué posición, a raíz de qué, a pesar de qué, en oposición a qué, en relación con qué representaciones *otras* se elabora la noción de, en el caso de Said, *orientalismo*.

En ese sentido, y a sabiendas de que, como ya señalaba Foucault, en el discurso se manifiestan, de manera sistemática, indicios que dan cuenta de las múltiples formas que adquiere el poder, el análisis crítico de las representaciones televisivas abordadas, me permitió no sólo una reconstrucción de esas relaciones de poder, mediante el señalamiento y estudio de las estrategias simbólicas y su funcionamiento, sino también posibilitó conocer cómo se reproducen y legitiman esas estructuras de poder.

En este sentido, y para concluir, las representaciones analizadas no sólo *refuerzan, reacentúan y legitiman* la brecha social que separa a los grupos de los sectores más favorecidos de los menos favorecidos, sino que, al mediatizar activamente imágenes y discursos sobre *lo diferente*, resultan construcciones simbólicas que *convierten la diferencia en desigualdad*, en tanto son *co-productoras de sentido social*. Esto va prefigurando un *discurso de tipo excluyente* por medio del cual se *(re)produce la situación de vulnerabilidad* de los sujetos de los sectores más postergados, y por ende, *las relaciones de igualdad y desigualdad* en las que están insertos.

Notas

¹Este trabajo forma parte de mi tesis de maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (Instituto de Altos Estudios Sociales-Universidad Nacional de General San Martín IDAES-UNSAM), cuyo título es: "Imágenes de la diferencia. Representaciones televisivas de los usuarios de drogas: un estudio sobre la dimensión simbólica-cultural de la desigualdad en el discurso televisivo.

²El paco o la Pasta Base de Cocaína (PBC) está clasificado como un estimulante del sistema nervioso central, y se trata o bien del residuo que queda en el proceso de elaboración del clorhidrato de cocaína, o de la mezcla de ciertos precursores químicos de las hojas de coca. En cualquiera de los dos casos, es diluido con una amplia variedad de sustancias que pueden ser: kerosén, gasolina, ácido sulfúrico, polvo de los tubos lumínicos fluorescentes, o hasta ciertos principios activos tales como: cafeína, efedrina, entre otras. Por este motivo, es muy difícil saber exactamente de qué está compuesto. Es importante aclarar que si bien para el común de la gente se utilizan los nombres de "paco" o pasta base" indistintamente, éstos varían según la composición química y las calidades según a los cortes o impurezas con las que se elabora la sustancia. Otra de las diferencias es que la pasta base se fuma en pipa y el paco en cigarrillo. Fuente: "Aspectos cualitativos del consumo de pasta base de Cocaína / Paco", Observatorio Argentino de Drogas, SEDRONAR, 2007.

³El Poxiran es un producto adhesivo que se utiliza como una droga de tipo inhalante que produce vapores químicos que son consumidos para provocar un efecto psicoactivo. Los efectos posibles son: euforia, excitación, estado de ensoñación, alucinaciones visuales, falta de coordinación, tos, náuseas y vómitos, aumento de la salivación, pérdida del apetito, trastornos del aprendizaje, asfixia provocadas por el uso de bolsas de polietileno. Fuente: "Estudio sobre consumo de sustancias psicoactivas en niñas, niños y adolescentes en situación de calle", del Observatorio Argentino de Drogas, dependiente de la Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico (SEDRONAR) Argentina.

⁴Éstas constituyen un amplio grupo de sustancias psicoactivas con ciertas características comunes. Se elaboran por síntesis química en laboratorios clandestinos, y se fabrican, incluso, a partir de productos farmacéuticos. Sus efectos, en el Sistema Nervioso Central, se parecen a otras drogas conocidas como estimulantes o alucinógenos. Entre ellas podemos encontrar: el éxtasis (que es la más conocida), el MDA, el LSD, MDEA, las anfetaminas, adulterantes diversos, etc. Las drogas de diseño o sintéticas son consumidas cada vez con mayor frecuencia en Argentina, y en contra de aquello que circula en el sentido común respecto de que son relativamente inocuas o poco dañinas, la evidencia científica muestra que son sustancias que su consumo continuado produce problemas tanto de tipo orgánico como de tipo psicológico.

⁵Un estudio sobre la construcción televisiva local y contemporánea de un hegemónico lector-modelo (Eco, 1981) asociado a las clases medias y altas, es aún una deuda pendiente de los estudios en comunicación y cultura.

⁶Véase el "Informe Agenda", elaborado por el área de Evaluaciones (de contenidos), en el sitio oficial del ex Comfer Argentina: http://www.comfer.gov.ar/web/informe_agenda.php

⁷Pibes poxi es el nombre con el que el medio televisivo identifica a los que consumen pegamento Poxiran.

⁸Paqueros es el nombre con el medio televisivo identifica a quienes que fuman paco.

⁹Si bien la expresión "personajes protagónicos" proviene del género ficción, en esta oportunidad la retomo con la intención de señalar el (gran) protagonismo que han adquirido estos sujetos en los programas del género periodístico durante el período abordado.

¹⁰ En el caso de los noticieros, delimité la visualización a la "Segunda edición", es decir, a los difundidos durante el *prime time*¹⁰ por ser la franja horaria de mayor audiencia. Entre ellos: Telefé Noticias; Telenueve, Visión Siete, América Noticias y Telenoche. En el caso de los ciclos documentales, también emitidos durante el *prime time*, entre los programas que relevé se encuentran: "Cámara Testigo", "Crónicas Extremas", "La Liga", "GPS", "Blog. Periodismo de autor", "Punto Doc", "Ser Urbano", "Fuera de Foco", por mencionar sólo algunos. En el caso de las señales de cable, también restringí la visualización al horario principal. Entre ellas figuran: Todo Noticias (TN), Crónica Tv, Canal 26, C5N, América 24.

¹¹El *prime time* (término que deriva del idioma inglés y significa "horario prioritario") es la franja horaria que se denomina "central" -por ser la de mayor audiencia- en la televisión, comprendida entre las 20:00 y las 24:00, aunque puede variar dependiendo de cada país. Durante el *prime time*

se emiten los programas de mayor “éxito”, y resulta la franja horaria más costosa para los anunciantes.

¹²El carácter complejo de la televisión refiere a sus diferentes caras en tanto es a la vez un productor de información, un archivo de formas culturales, una realidad económica e industrial, un dispositivo tecnológico de control, un instrumento de influencia de poder, entre muchas más cosas. Y por ello, se puede estudiar tanto: su lenguaje, sus efectos sociales, sus resultados de audiencia, sus implicaciones ideológicas y políticas, etc. (Casetti y di Chio, 1999). Mientras que el carácter elusivo alude al desborde del objeto mismo, y por ello, no se puede aislar de lo que tiene alrededor: de los otros medios con quien dialoga, de los acontecimientos que suceden a su alrededor, de los espectadores que interpretan continuamente todo lo que produce, etc.

¹³ Propongo esta categoría para pensar a los usuarios que consumen drogas de diseño.

¹⁴ Se denomina alotópicos a aquellos textos que no “dicen” simplemente lo que allí se manifiesta, sino que tienen un sentido figurado, retórico, más allá de lo visible.

¹⁵ Son gorras con visera con las que se identifica a los jóvenes de los sectores más desfavorecidos, y usan habitualmente los “paqueros”.

¹⁶ La Resolución 830/2002 del ex Comité Federal de Radiodifusión, en su artículo 8 (sobre las faltas relativas a los contenidos de las emisiones) en el inciso h) establece que se considerará una falta grave “la difusión de hechos y/ o contenidos que expongan la identidad de menores involucrados en hechos delictivos”.

¹⁷ En palabras de Walter Benjamín la inscripción que acompaña la foto

¹⁸ Es aquella que asume el papel del personaje, sea cual fuera, y hace foco en el objeto desde allí.

¹⁹ Se denomina al movimiento de cámara donde ésta, sujeta a un trípode, realiza un movimiento de rotación sobre su eje horizontal o vertical. La cámara permanece sin desplazarse. Permite cubrir espacios importantes sin ningún cambio de perspectiva. La función principal del paneo es principalmente descriptiva y es la mejor alternativa para describir una locación con objetos estacionarios. También es conocido como movimiento panorámico.

²⁰Es una figura retórica cuya relación con el objeto figurado es de contigüidad, de posesión, de grado o proximidad. La sinécdoque la podemos incluir dentro de la metonimia, y consiste en la substitución de la parte por el todo, o el todo por la parte. Para ampliar ver Grupo Mu (1987).

²¹Generalmente los jóvenes que consumen sustancias de diseños son mostrados en los ciclos televisivos que cubren el evento Creamfields, o, en algunas pocas ocasiones, en otras fiestas electrónicas. La Creamfields es el festival de música electrónica más conocido e importante en el mundo.²¹ Se realiza en Buenos Aires cada año para el mes de noviembre, en un gran predio donde se distribuyen diez carpas (aproximadamente) y se montan grandes escenarios. Allí se congregan miles de jóvenes a escuchar destacadas bandas de música (electrónica), y a bailar al ritmo de reconocidos disk jockeys. A este evento concurren alrededor de treinta mil personas y su duración es de dieciséis horas aproximadamente, comenzando a las 16 hs. y finalizando a las 8 hs.

²²Es el tablero que utiliza el disk jockey para pasar música, combinar y mezclar temas, y realizar efectos sonoros.

²³ Extracto audiovisual del ciclo “América Noticias” del día 9/11/08 a las 22:45 hs.

Bibliografía

- Alabarces, P. (2002): *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Buenos Aires, Prometeo.
- Barthes, R. (1980): *Mitologías*. México, Ed. Siglo XXI.
- ----- (1986) *Lo obvio y lo obtuso. Voces, gestos, voces*. Barcelona. Paidós.
- ----- (1997): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós.
- Benjamín, W. (1977): *Kleine Geschichte der Photographie*, en *Gesammelte Schriften*, tomo 11.1, edición de Rolf Tiedemann y Hermann

Schweppenhauser, Frankfurt am Main, pág. 384 (versión en castellano: “Breve historia de la fotografía”, en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1990).

- Bourdieu, P. (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1995): *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México, Grijalbo.
- ----- (1998), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- ----- (2000): *Cosas Dichas*, Barcelona, Gedisa.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1994). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- 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.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005): *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Amorrortu.
- 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.
- Elbaum, M. (2008): “Las distancias lingüísticas”, en *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Mario Margulis (comp.), Buenos Aires, Biblos.
- Fiske, J. y Hartley, J. (1978): *Reading Television, Ed. Methuen*
- Foucault, M. (1992): *Microfísica del Poder*. Madrid: La Piqueta.
- Durand, G (1970): *La imaginación simbólica*. Traducción de Carmen Dragonetti. Buenos Aires: Amorrortu.
- Landi, O. (1992): *Devórame Otra Vez*. Argentina, Ed. Planeta.
- Marin, L. (1981): *Le portrait du Roi*, París, Les Editions de Minuit.
- Palma, Javier (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 Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (orgs.): *Resistencias, sumisiones, mediaciones. La cultura popular en la Argentina contemporánea*, Buenos Aires, Paidós Comunicación.

- Rodríguez, M.G (2008a): “La pisada, la huella y el pie”, en Alabarces, P y Rodríguez, M.G. (comp.), *Resistencias y Mediaciones. Estudios sobre Cultura Popular*. Buenos Aires, Paidos.
- Said, E. (1978) *Orientalism*, Nueva York, Berg.
- Scanapieco, A. (2007): “Historias de gente común” en televisión. Un análisis comunicacional de El otro lado y Ser Urbano”. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, U.B.A.
- Sontag, S. (2003) *Ante el dolor de los demás*. Trad. Aurelio Major. Madird.Ed. Alfaguara.
- Vilches, L. (1995): “La televerdad”. Telos, 43, Cuaderno central, 54-62.
- Verón, E. (1987): *La semiosis social*. Buenos Aires. Gedisa.