



De la relación entre identidad y alteridad en las representaciones televisivas de los usuarios de paco

Mariana Alvarez Broz¹

Resumen

En este artículo nos proponemos dar cuenta del modo en que el medio televisivo representa diferencialmente a la diversidad de usuarios de paco. Las imágenes y los discursos que se elaboran en torno de estos actores realizan un reenvío permanente a la clase social a la que pertenecen. De allí, es que nos interesa problematizar la relación entre identidad-alteridad que tematiza la televisión en las configuraciones sociodiscursivas que elabora, poniendo especial atención en las estrategias mediáticas que emplea para argumentar la construcción de tipos de usuarios diferentes.

Palabras clave

identidad – alteridad – medios – paco

The relationship between identity and alterity in television representations of *paco* consumers

Abstract

In this article we propose to give an account of how the television represents differentially the diversity of users of paco. The images and the speeches about these actors make a permanent forwarding class to which they belong. From there, we are interested in the relation between identity-alterity that thematizes television, with special emphasis on the media strategies use to argue that the construction of different type of users.

Keywords

identity – alterity – media – paco

¹ Doctoranda en Sociología (IDAES-UNSAM), Becaria de posgrado CONICET. E-mail: mariana.c.alvarez@gmail.com. Este artículo se enmarca en el proyecto “Formas contemporáneas de legitimación de la desigualdad. Imágenes de la subalternidad en los medios de comunicación”, UBACyT 2011-2014 GC, dirigido por la Dra. María Graciela Rodríguez. El contenido parcial de este artículo fue presentado en las VI Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigación Gino Germani, que se llevaron a cabo los días 10, 11 y 12 de noviembre de 2011. Asimismo, es dable destacar que en lo que respecta a “repertorio morales” este texto se ha nutrido de interesantes intercambios y debates que surgieron en el seno del Núcleo de Estudios Sociales de las Moralidades (con sede en IDAES-UNSAM), coordinado por el Dr. Gabriel D. Noel.

Recibido: 27/03/ 2012

Aceptado: 04/06/2012

Introducción

Este artículo forma parte de un trabajo de investigación² sobre las representaciones televisivas de los usuarios de drogas en la Argentina. En esta oportunidad, nos centraremos en los usuarios de paco³, puesto que este caso nos permitirá analizar el modo en que el dispositivo televisivo construye de manera relacional perfiles juveniles disímiles ante una misma práctica de carácter ilícita: el consumo de paco.

Inspirados en la obra de Charles Tilly (2000) adoptamos una *perspectiva relacional de pares categoriales*. Por ese motivo, tomamos en consideración no sólo las configuraciones sociodiscursivas relacionadas con los usuarios de los sectores más desfavorecidos, sino también abordamos el uso de esta sustancia en los usuarios de clase media con la intención de investigar cómo se construyen las relaciones de identidad-alteridad –signadas por el clivaje de clase– en el medio televisivo.

De acuerdo a lo que versan las crónicas televisivas, el uso de paco está asociado a situaciones de pobreza y marginalidad, y constituye una práctica típica de los sectores más relegados. Por este motivo, nos interesó indagar cómo tematiza el discurso televisivo la *llegada del paco a la clase media* en tanto hecho noticiable. Y, en particular, qué argumentos se construyen para dar cuenta de este fenómeno, qué mecanismos se ponen en funcionamiento para visibilizar a los actores involucrados, y qué principios morales enmarcan las representaciones analizadas.

Es dable aclarar que, para esta investigación, tomamos como corpus de análisis dos tipos de programas incluidos en el género informativo de la televisión argentina: los noticieros y los programas conocidos como periodísticos testimoniales o documentales periodísticos, tanto de la televisión abierta como de las señales de cable, emitidos durante los años 2005, 2006, 2007 y 2008 inclusive. En el caso de los noticieros, delimitamos la visualización a la segunda edición, es decir, a los difundidos durante el *prime time*⁴ por ser la franja horaria de mayor audiencia. Entre ellos: *Telefé Noticias*; *Telenuve*, *Visión Siete*, *América Noticias* y *Telenoche*. En el

² Tesis de maestría en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural (IDAES-UNSAM) titulada “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”, 2010, inédita

³ La Pasta Base de Cocaína (PBC) o el Paco 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. Y dado que se desconoce su composición exacta, varias investigaciones desmitifican las aserciones que sostienen que su ingesta –sostenida en el tiempo– resulta mortal. Para ampliar véase Mesía Blanco (2008). 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 los cortes o impurezas con las que se elabora la sustancia.

⁴ El *prime time* 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.

caso de los ciclos documentales, también emitidos durante el *prime time*, entre los programas que relevamos se encuentran: “Cámara Testigo”, “Crónicas Extremas”, “La Liga”, “GPS”, “Blog. Periodismo de autor”, “Punto Doc”, “Ser Urbano”, “Fuera de Foco”, “Impacto Chiche”. En el caso de las señales de cable, también restringimos la visualización al horario principal. Entre ellas figuran: Todo Noticias (TN), Crónica Tv, Canal 26, C5N, América 24. Para este artículo, consideramos sólo aquellos extractos audiovisuales que nos permiten mostrar la construcción diferencial de los usuarios de paco.

De la relación entre representación e identidad

Nos interesa el estudio de las representaciones sociales en la cultura, en tanto reconocemos, como sostiene de Certeau, que una representación permite comprender cómo un saber sobre algo o sobre alguien se hace creíble para una sociedad determinada (de Certeau, 1999). Y, en particular, son las representaciones producidas por los medios de comunicación, entendiendo a éstos como dispositivos de captura que otorgan visibilidad a diferentes formas culturales (Rodríguez, 2008b) que nos proveen información sobre qué modalidades adquiere esa visibilidad y qué sentidos produce en derredor.

Al respecto, es pertinente resaltar que si bien las imágenes mediáticas son una construcción de sentido producto de una operación de selección y síntesis donde intervienen tanto las gramáticas de producción como de reconocimiento (Verón, 1987) este trabajo de análisis se limita al primer momento; y esto no es un dato menor, puesto que nuestro propósito no es discernir sobre la veracidad o no de las representaciones, 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, 1998). Esto se torna aún más significativo en el caso de la televisión, por su pregnancia en la conformación del sentido común (Gramsci, 1984) y por el lugar destacado que ocupa este medio en la vida cotidiana (Silverstone, 1994).

Las representaciones mediáticas no sólo hacen visibles y permiten el conocimiento de los distintos sucesos, temas y actores (van Dijk, 1997) sino que además construyen un horizonte de percepción (Cebrelli y Arancibia, 2008), donde se combinan formas de exponer y mostrar a los agentes representados, otorgándoles un lugar en una (determinada) jerarquía social. De este modo, las percepciones brindan tanta información sobre quien percibe como sobre el sujeto en observación (Bourdieu, 1998). 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, 1998). Así, el lente a través del cual mira y la posición donde se ubica el focalizador,⁵ pone en evidencia su visión de mundo.

En este sentido, las representaciones constituyen un escenario propicio donde observar cómo se enfrentan agentes dotados de poderes desiguales que disputan por

⁵ Según Mike Bal (1985) el focalizador es el sujeto que condiciona no sólo lo que se puede ver y lo que no se puede ver, sino también el modo en que se ve el objeto o agente de focalización.

un capital específico: la producción de sentido. Es en esa disputa donde se revela el poder simbólico de los medios o, dicho de otro modo, el poder de hacer con palabras (Bourdieu, 1998), ese poder que tiende a hacer ver y hacer creer una visión naturalizada de las divisiones sociales que circula en la sociedad en general, y en los grandes medios como parte de ella, vehiculizado en el sentido común de manera acrítica.

En tanto hay actores que se encuentran en una posición de privilegio al momento de producir y atribuir identificaciones; nos propusimos, entonces, conocer cómo opera, qué forma adopta, y qué consecuencias trae aparejado el “poder de identificación” (Cuche, 1999: 113) en las representaciones estudiadas. En ese marco, emprendimos la tarea de concentrarnos en las categorías y en los modos de clasificación que emplea la televisión para nombrar, designar y caracterizar a la diversidad de usuarios, proceso que siempre se erige en términos contextuales y situacionales.

Consideramos que, históricamente, el centro del debate sobre la representación se ha construido en torno a la identificación (Zunzuneghi (1995), y que la televisión, constituye un recurso vital y proliferador para la construcción de identidades culturales –pues hace circular un abanico de representaciones (de clase, género, sexualidad, raza, etnia, nacionalidad)- tendientes a poner en escena a los sujetos, grupos o sectores a partir de rasgos fijos y preexistentes que conducen a la representación de identidades esencializadas y reificadas (Barker, 2003). Por eso mismo, nos abocamos a examinar, también, la producción de los perfiles juveniles con el objeto de poner de relieve las relaciones de poder que atraviesan a las representaciones abordadas.

Claroscuro

De acuerdo al relato televisivo, los usuarios de paco de los sectores más desfavorecidos son designados como *paqueros*, tienen entre quince y veinticinco años, y tienen una muerte prematura debido al consumo de esta sustancia.

Como consecuencia de ello, la temática más recurrente a la que se los asocia es la muerte, más aún, esta muerte prematura se presenta como una consecuencia inevitable en la vida de estos usuarios. Se los nomina como “los muertos en vida”, y, a partir de esta caracterización se les endilga el mote de *zombis*.

Esto se ilustra, en principio, en los titulares: “El drama de los muertos vivos”⁶; “Los muertos en vida, presos del paco”⁷; “Los zombis: muertos en vida”⁸; “Cuando los jóvenes se quedan sin futuro: presos del paco, una adicción a la pobreza”⁹; “Los muertos en vida. Droga y delito”¹⁰.

A partir de las modalidades de clasificación que se emplean en los relatos televisivos estos sujetos son fuertemente asociados a situaciones de violencia, hechos

⁶ Telefó Noticias, 5/05/05, 19 hs.

⁷ Telenuve, primera edición 04/05/06, 12 hs.

⁸ América Noticias, 8/06/05 19 hs.

⁹ Telenuve 04/05/06 20 hs.

¹⁰ Telefó Noticias, 30/7/08, 20 hs.

delictivos y, en el caso de las mujeres, al ejercicio de la prostitución como una forma de conseguir dinero para comprar paco. Son presentados como sujetos peligrosos y agentes de inseguridad.

La combinación de los titulares, las voces *en off* y los *videographs* dan cuenta de lo antedicho: “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”¹¹; “Le dicen la droga de los pobres (...) es la radiografía de un asesino”¹².

En estos ejemplos, la estructura argumentativa se construye a partir de relaciones lineales y causales, como, por ejemplo: “Salen a robar para conseguir más droga” o “se prostituyen por dos pesos y con eso compran paco”. Dichos enunciados constituyen un constructo discursivo que omite dar cuenta del contexto en que están insertos los paqueros.

En general, y en lo que respecta a la *puesta en escena*, estos actores son mostrados en los pasillos de distintas villas, terrenos baldíos o fachadas de fábricas abandonadas, recostados o inclinados sobre sí luciendo buzos con capucha o gorritas con visera, y manipulando los utensilios para armar su pipa¹³. Y, la mayoría de las veces, son retratados en soledad, dado que en pocas ocasiones se los expone acompañados de sus pares o de los adultos.

En lo que concierne a la *puesta en cuadro*, aparecen en la pantalla a través de primeros planos y planos detalle sobre sus rostros y sus manos, cuyo relato se caracteriza por una ralentización de las imágenes que se detiene, particularmente, en sus bocas fumando paco, con una composición sonora que otorga dramatismo a la secuencia audiovisual.

En lo que concierne a las estrategias mediáticas observadas, el medio televisivo se sirve de algunos *artilugios retóricos* para legitimar lo dicho hasta aquí. De este modo produce información sobre la base del sentido común, y presenta en sus textos periodísticos configuraciones de sentido como si fueran realidades objetivas. Los elementos que utiliza son: *la voz de autoridad, el empleo de cifras y la incorporación de testimonios considerados clave*.

La voz de autoridad aparece plasmada en la *opinión de especialistas*. Esta se utiliza como soporte argumentativo de las expresiones del conductor o movilero del ciclo. Asimismo, la leyenda donde se indica tanto el número de matrícula profesional como su especialidad le otorga legitimidad y autoridad al discurso informativo.

Sumado a eso, el conductor interviene, interpreta, y hace legible el discurso autorizado a través de sus comentarios y utilizando *cifras* que presentan dos característica a destacar: por un lado, la mayoría de las veces no se citan las fuentes (de donde se extraen esas cifras), y por otro, esas cifras se anuncian de manera deshistorizada y descontextualizada (no se sabe en relación a qué año o a qué otra

¹¹ Extracto del ciclo “Impacto Chiche” de julio de 2008.

¹² Extracto de *Telefé Noticias*, 05/05/05.

¹³ Es el recipiente que construyen de manera casera los paqueros. Este se arma con tubitos metálicos – antenas viejas de televisor- o con latas perforadas de gaseosa.

sustancia aumentó el porcentaje de consumo de paco en los últimos tiempos, por ejemplo).

Otro de los recursos retóricos es la inclusión recurrente de *la voz de las Madres del paco* en los informes periodísticos. Estos relatos se construyen sobre la base del dolor y la desesperación que expresan estas mujeres como consecuencia del deterioro físico y psicológico que sufren sus hijos. Estos testimonios son hábilmente recogidos por la televisión y utilizados para construir un sujeto problemático a la vez que peligroso del que, según versan los informes periodísticos: “hay que cuidarse”. También, es habitual el *testimonio de las fuerzas de seguridad* sobre todo, cuando se trata de episodios de ilegalidad, violencia y delito, donde estos jóvenes son presentados como agentes de inseguridad latente.

Ahora bien, cuando el medio televisivo presenta “la llegada del paco a la clase media”¹⁴ como un hecho noticiable, el *frame*¹⁵ presenta algunas particularidades que nos interesa destacar y problematizar en los párrafos que siguen a continuación.

Desde nuestro punto de vista, la llegada del paco a los sectores medios es un suceso que adquiere especial relevancia por dos cuestiones fundamentales: en primer lugar, este acontecimiento se constituye en noticia a partir del valor informativo que vehiculiza: es la originalidad, la imprevisibilidad y el ineditismo lo que le otorga la marca de hecho noticiable; en segundo lugar, y en lo que concierne específicamente a nuestro tema de estudio, esa misma novedad, ese “índice de la variación en el sistema” (Rodrigo Alsina, 1993: 98) implica un quiebre en el proceso de construcción del sentido común, en tanto resulta un contrasentido respecto a las modalidades de representación del típico usuario de paco del que versan los informes periodísticos.

En este marco, una de las primeras cuestiones que observamos es que el uso de paco en la clase media en tanto noticia se va desdibujando a lo largo del desarrollo de los extractos televisivos hasta diluirse en el plano del enunciado. Puesto que, si bien este fenómeno es presentado como novedoso por la televisión, tiene la particularidad de no exponer a los jóvenes de los sectores prósperos haciendo uso de esta sustancia y, así, la cuestión de la clase media se va desvaneciendo a lo largo de los sucesivos segmentos analizados.

La emisión del noticiero “América Noticias” del día 20/11/06¹⁶ se inicia con el relato de la conductora del ciclo: “Algunos pueden creer que el paco tiene que ver con los sectores sociales más bajos, con los más pobres, con los que están excluidos de otras posibilidades. Pero atención que está subiendo la escala social y de manera alarmante”.

Mientras tanto, la cámara captura mediante un primer plano a una joven sentada en el cordón de la vereda manipulando un papel para armar un cigarrillo de

¹⁴ Titular extraído del ciclo “América Noticias” del 20/11/06.

¹⁵ La teoría del Frame, o también conocida como la teoría del “marco” o del “enquadre” viene ocupando un lugar destacado en los estudios de comunicación en las últimas décadas. Ésta refiere a aquellos marcos cognitivos e interpretativos que encuadran los temas que difunden los medios de comunicación y que orientan la lectura. Así, se pone en evidencia el proceso de selección, síntesis y elaboración de las noticias en tanto modelo que filtra, pone el acento o hace foco en algunos aspectos de “la realidad” en detrimento de otros (Sábada, 2001).

¹⁶ Este segmento se emitió a las 19:46 hs.

paco. Luego lo enciende y empieza a fumarlo. En ese momento, el relato en *off* da comienzo a la crónica: “Apenas llegamos a la Villa Fátima en Soldati, una chica se nos acerca y se ofrece a armar un paco”, que más tarde fumará ante la cámara. Un plano detalle toma las manos deterioradas de la joven, quien expresa: “A mi no me da vergüenza decirlo, por esta gilada te apartás de tu familia, te apartás de todo, me siento despreciada”. El relato en *off* continúa: “Esto ocurre doce horas después de un operativo policial que llevó cuatro meses y que tuvo como resultado la detención de un ciudadano paraguayo”. El *videograph* en pantalla, indica: “Dealer in fraganti: secuestran ciento cincuenta dosis ocultas en una pared”.

A continuación, se introducen las declaraciones del comisario Baldivia: “Se logró desbaratar a una pequeña organización paraguaya que vendía dosis de paco al menudeo en el interior de la villa. Para atraparlos se montó un gran operativo”. El relato en *off* continúa: “María Rosa es la madre de un chico en recuperación, lucha por erradicar este veneno de las villas. Pero advierte que no sólo los pobres consumen paco, sino también los jóvenes de clase media porque es la droga más barata”. La imagen de María Rosa aparece en la pantalla, y declara: “La clase media viene seguido...lo he visto yo, chicos de clase media entrar a la villa con muy buenos autos, han vendido ropa, y hasta se van con el auto sin el stereo, están toda la noche consumiendo”.

El informe observado fue elaborado a partir de ciertos guiños que ponen en el centro de la escena a los “típicos paqueros”: la predominancia de los primeros planos –con los cuales se retrata sus rostros, el plano detalle que captura las manos (ajadas) armando un cigarrillo, la recurrente mención a la villa, son alguno de los recursos retóricos que se emplean para dar cuenta del mundo *otro*.

Una vez más, se apela a las mismas fuentes para legitimar el discurso (la voz policial y el testimonio de las Madre del paco), siendo éstas incluidas en las representaciones de los usuarios de los sectores más desfavorecidos, por ser consideradas verosímiles y fiables, ya sea por su implicancia en los hechos, o por su carácter testimonial.

Ahora, nos preguntamos si la noticia se constituye alrededor del suceso “el paco llegó a la clase media”, ¿Por qué se (sobre)expone nuevamente a los paqueros? ¿Por qué el medio no muestra a los nuevos usuarios de paco?

Esa *sobreexposición* de los usuarios más desfavorecidos tiene como contracara la *subrepresentación* de los jóvenes de clase media. El medio televisivo puntea la mirada en un complejo *juego de claroscuros*: mientras hace foco en unos, ubica en las sombras a los otros. Y si bien el valor informativo es lo que hace imperdible la difusión de la noticia, hay algo que dificulta, que impide mostrar y exponer a los usuarios de Paco provenientes de los sectores medios como sí lo ha hecho con los *otros* usuarios de los sectores más desfavorecidos.

La doble moral

A partir de observar cierta reticencia respecto de hacer foco en los usos y consumos asociados al paco por parte de los jóvenes de los sectores más prósperos, se deja entrever cierta dificultad para (des)cubrirlos, (re)velarlos, (des)taparlos,

(des)enmascararlos, que se avizora en dichas representaciones, y que pone de manifiesto una tensión latente del orden moral que aquí se pone en juego.

En el marco de perspectivas sobre la moralidad, existe una cierta coincidencia entre los investigadores de la antropología de las moralidades respecto de que ésta constituye un conjunto de acuerdos respecto de *lo que debiera o no debiera ser*.

La moralidad, según Archetti (2003), funciona como un código cultural dinámico que brinda información, innova y da sentido a las relaciones sociales, cuya entrada analítica debe buscarse tanto en las acciones como en las narrativas de los sujetos. Al respecto, podría ampliarse la categorización del autor –y a los fines del presente artículo– a los discursos que ingresan a los medios de comunicación y circulan a través de ellos.

En este sentido, la noción de moralidad es inherente al discurso social puesto que allí repercute la percepción y la clasificación social que realizan los actores de sí mismos y de sus otros.

El informativo “América 24” del día 4/07/06¹⁷ presenta un informe titulado: “El paco cruzó la frontera”. El conductor del ciclo introduce el tema:

“El paco, el residual de la pasta base que queda después de cocinar la droga, un informe que comenzó ayer vinculándolo con las clases más bajas, porque se puede acceder a la misma, porque esto tiene un costo muy bajo. Pero decíamos también que el paco está creciendo entre la población, que está cruzando la frontera. Dos tipos de fronteras la que tiene que ver con la clase media, porque también las cocinas se están multiplicando en el conurbano bonaerense. Porque hoy la clase media está consumiendo esto que se denomina paco, segunda parte de éste informe”.

La voz en *off* masculina se pregunta: ¿Por qué un adolescente de clase media empieza a fumar paco? Seguidamente, el relato introduce declaraciones del Lic. José Abadi, psicoanalista: “La fantasía del salto hacia ese otro espacio donde va a poder jugar con cosas que antes no jugaba, no nos olvidemos que es una adicción y crea dependencia, además la fantasía de mezclar y buscar nuevos efectos”. Un primer plano captura a un joven con gorrita encendiendo fuego en el interior de una lata de gaseosa¹⁸ abollada. “Su consumo va en aumento y traspasa barreras sociales”, señala el relato en *off*. Nuevamente, se escucha la voz de un especialista, el Dr. Ernesto González, psiquiatra: “...estamos hablando de un uso recreativo, pero esto daña y mata”.

Continúa el relato en *off*: “Quien fuma paco puede estar sin comer por varios días, en las clases bajas el paco alucina, saca el hambre y el frío, en otras clases sociales el paco se mezcla con alcohol”. Mientras transcurre el *off*, se intercalan imágenes de primeros planos de diferentes manos manipulando bolsitas que contienen un polvo blanco, y que esparcen su contenido sobre una mesa. También, un plano general de un local bailable donde se observan las siluetas de jóvenes bailando al ritmo de la música.

Al finalizar el informe, los conductores comentan sobre la duración del efecto del cigarrillo de paco y sus consecuencias nocivas respecto del deterioro físico de los

¹⁷ Este informe se difundió a las 13:08 hs.

¹⁸ Las pipas para fumar paco se elaboran, entre otras cosas, con latas de gaseosa.

paqueros. Uno de los conductores remata la nota: “Y (esto) también debe estar relacionado con el delito, porque esta gente en su afán de conseguir más paco...supongamos que se fuman treinta pacos por día, si cuesta un peso cada paco, se supone que tiene que hacer algo, muchos salen a robar”.

Los discursos de los grupos de elite -y los medios de comunicación como partícipes de los sentidos que producen estos discursos- utilizan asiduamente la estrategia de la comparación (negativa) con “los otros” con el objeto de legitimar el lugar del “nosotros” desde el cual se narran, evalúan y justifican los acontecimientos (van Dijk, 2003).

El segmento “El paco cruzó la frontera” anticipa un fenómeno que introduce a un nuevo actor: la clase media. Sin embargo, y al igual que en el informe donde el medio se trasladaba a Villa Fátima, éste tampoco pone en la pantalla a los jóvenes de los sectores más favorecidos. Por el contrario, el discurso televisivo, por implicatura, alude a la diferencia de clase, y señala: mientras los jóvenes de los sectores más desfavorecidos lo usan para paliar el hambre, y para ello delinquen y se prostituyen, los jóvenes de clase media lo incluyen en sus momentos de ocio y disfrute.

Una vez más, el joven de clase media se desvanece en el enunciado, sólo aparece implícito en la imagen cliché que lo ubica en la disco divertido y amigable. Al respecto, la relación de ausencia-presencia de los referentes en lo representado no constituye un dato menor. Si en términos de Williams (1983) la representación es ‘aquello que está en lugar de algo’ aquí lo paradójico es que son los jóvenes de la clase baja quienes están en lugar de los jóvenes de clase media, según la tematización de la noticia.

Pero eso no es todo. La pregunta “¿Por qué un adolescente de clase media consume paco?” anticipa la paradoja de la respuesta: “La fantasía del salto hacia ese otro espacio donde va a poder “jugar” con cosas que antes no jugaba, (...) la fantasía de mezclar y buscar nuevos efectos”.

Aquí el medio televisivo re-enmarca el uso de paco de los jóvenes de clase media 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 asocia al consumo de 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”. Y al igual que con los paqueros, se utiliza la voz de especialistas para justificar las configuraciones de sentido que se elaboran a su alrededor.

En ese gesto se advierte otra cuestión fundamental: hay un tipo de posicionamiento diferencial que pone en evidencia una doble moral, pues, acciones iguales reciben apreciaciones diferentes según las realice alguno de nosotros o de ellos (Kuasñosky y Leschziner, 1999).

Esto deja entrever que no es el paco en tanto sustancia psicoactiva lo que vuelve peligrosos a los sujetos sino más bien la carga valorativa negativa que el medio televisivo le adjudica o no a los sujetos, según su consumo y, por desplazamiento, su pertenencia de clase.

Al respecto, y en el caso particular, el medio televisivo deja al descubierto su rol de actor social y político en el proceso de producción de la información, en tanto evalúa la práctica de consumir paco sobre la base de considerar y discriminar si se trata de un usuario de clase media o un usuario de la clase baja. Es justamente ahí donde se identifica con los jóvenes de la clase más próspera, y, según lo relevado, se pone de manifiesto el *criterio de lo mostrable*, sobre la base de *lo que debiera o no debiera ser*. Este hecho pone de manifiesto que los criterios morales, al fin de cuentas, siempre se definen en situación (Howel, 1997).

A partir de lo expuesto, consideramos que el suceso convertido en noticia respecto del uso de paco en la clase media constituye un punto de inflexión en el discurso televisivo, puesto que se resquebrajan todos los argumentos esgrimidos hasta el momento sobre el modo de clasificación y las características del perfil construido alrededor del usuario de paco. Dicha inflexión resulta un momento de ruptura respecto de un discurso que establecía *qué era legítimo y qué no lo era*, y ese quiebre propicia un terreno fértil para la indagación y puesta de relieve de las apreciaciones morales que forzosa y contradictoriamente –ante este nuevo fenómeno– reelabora el medio.

Al juzgar, evaluar y sancionar las prácticas de los actores se pone de manifiesto un discurso moral (Fassin, 2008) que pone en evidencia una valoración diferente, y, como consecuencia de ello, un trato desigual para con los actores involucrados: mientras que a unos se los construye como sujetos amenazantes, los otros son presentados como jóvenes divertidos con deseos de innovar y probar nuevas sustancias.

Esta diferenciación que se hace ante una misma práctica –el uso de paco– está en diálogo con la hipótesis acuñada por Douglas (referida en Kessler, 2009) respecto de que la representación de un riesgo es indisociable de su aceptabilidad moral. Y esto da cuenta de un proceso de elaboración que distingue, enfatiza y replica la relación entre quienes se hallan en una posición de privilegio y aquellos que se encuentran en desventaja social.

No obstante, analizar sólo el modo racional de elaborar argumentaciones sobre qué está bien y qué está mal no lo es todo. Por eso Durkheim (1993) resaltó la importancia de encontrar ideales morales a través de indagar las creencias populares y las reacciones de la gente al violar dichas creencias en las prácticas.

En esta misma línea, me interesa resaltar lo planteado por Archetti (2003), en cuanto a que el terreno de la moralidad se relaciona, no sólo con la razón, sino también con el estudio de la imaginación.

En el trabajo de comprensión de la moral, y en lo que atañe específicamente al papel fundamental que desarrollan las estructuras de la imaginación (y dentro de ellas las representaciones de imágenes, las metáforas y los relatos) el discurso y la narración constituyen dos dimensiones esenciales donde se articulan las consideraciones que los actores producen sobre sus otros así como sobre ellos mismos (Johnson, 1993).

De este modo, las narrativas televisivas posibilitan una entrada al análisis de las deliberaciones morales a través de las cuáles las configuraciones discursivas focalizan su mirada, se posicionan frente a los sucesos, temas y actores, poniendo el

acento no sólo en lo que el medio elabora respecto de lo que *debiera ser o no debiera ser*, sino además sobre *el modo en que realiza una distinción positiva o negativa* de las prácticas y usos de unos y de otros.

Indagar los repertorios morales que se manifiestan en el discurso televisivo, nos permitió observar el modo en que se construyen fronteras entre los grupos, y con los otros. En este sentido, y en el marco de los estudios que trabajan la *diferencia*, la categoría de fronteras simbólicas (Barth, 1976; Lamont y Molnar, 2000) resulta crucial para comprender cómo operan ciertos mecanismos para producir y establecer distancias y demarcaciones culturales, como así también permite analizar cómo, en este caso particular, el medio televisivo identifica a los actores como semejantes o diferentes.

Los límites simbólicos, plantean Lamont y Molnar (2000), producen distinciones conceptuales que hacen los agentes, y que se reproducen en las relaciones sociales en una lucha constante que deviene en definiciones de “realidad”, al categorizar objetos, personas, prácticas, espacios y tiempo.

Esto implica que las fronteras no son naturales ni esenciales, sino más bien son construcciones de inclusión y exclusión entre los grupos sociales. Siguiendo a Durkheim (1993) podemos decir que los límites simbólicos configuran, no sólo instancias para la separación y la exclusión, sino también para la comunicación, el intercambio, la inclusión, es decir, no sólo trazan fronteras (con los otros) sino también funcionan como “puentes” con aquellos que se consideran parte del nosotros narrador.

Con esto queremos decir que las fronteras no sólo delimitan y establecen diferencias y distancias entre los grupos, sino que potencialmente también (re)producen situaciones de inequidad, puesto que son un medio para comunicar estatus, monopolizar ciertos recursos y legitimar las ventajas sociales (en el plano simbólico) respecto de los estilos de vida, las costumbres y las competencias (Lamont y Molnar, 2000) de la diversidad de actores involucrados.

Resumiendo, y retomando lo dicho por Silverstone (2004), en la dialéctica de la distancia y la proximidad, de la identidad y la alteridad, de la familiaridad y la ajenidad, los medios masivos intervienen de una manera decisiva. En este sentido, los significantes *drogadicto, anormal, zombi, delincuente, violento, peligroso* no resultan conceptos descriptivos, por el contrario, se erigen como categorías morales de clasificación, producto de una evaluación de quien tiene el poder de nombrar, clasificar y adjudicar atributos a los otros y jerarquizar sus prácticas.

Comentarios Finales

En este artículo nos propusimos mostrar cómo las representaciones televisivas sobre el uso de paco constituyen un escenario privilegiado donde analizar *cómo se continúan y reproducen las relaciones de clase*.

Partimos de la construcción de una noticia: La llegada del paco a la clase media, puesto que nos permitió indagar cómo el discurso televisivo pone en juego una mirada, un enfoque, que deja al descubierto su posicionamiento moral, hecho que refuerza los imaginarios que circulan respecto de los jóvenes de los sectores más

relegados, al tiempo que des-marca y des-responsabiliza a los jóvenes de los sectores más acomodados, donde lo llamativo, como señalamos al principio de este texto, es que en ambos casos se trata de una práctica de carácter ilícita.

Estos repertorios morales que circulan en el discurso televisivo conllevan principios de jerarquización que producen una *valoración diferencial* del usuario de paco según el sector social al que pertenece.

Esta representación disímil no sólo sucede en el plano más manifiesto del enunciado, sino que también se replica, sutilmente, de manera elíptica en aquello que no se muestra, no se tematiza, y que tiene su contrapartida en la relación de cercanía y semejanza que el medio construye con el joven de clase media.

Estas configuraciones, a su vez, desarrollan en sus relatos estrategias de legitimación que promueven a la vez que validan unos significados en detrimento de otros, donde la pregunta por la relación entre la mismidad y la otredad se traduce en representaciones deshistorizadas y descontextualizadas que omiten dar cuenta de los procesos sociales que condujeron a unos a ocupar posiciones más desventajosas en la escala social.

Por tanto, entendemos que la representación cultural-comunicacional de la diferencia social, y en lo que atañe específicamente a la tematización del proceso de construcción del vínculo entre identidad y alteridad, se cimienta sobre la misma dinámica de situaciones de igualdad-desigualdad, que los convierte a unos en desfavorecidos, y a otros en acomodados.

Bibliografía

- Alvarez Broz, M (2010), "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", Inédita.
- Archetti, E. (2003), *Masculinidades*, Buenos Aires, Editorial Antropofagia.
- Barth, F. (1976), *Los grupos étnicos y sus fronteras*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Barker, C. (2003), *Televisión, Globalización e Identidades*, Barcelona, Paidós.
- Bourdieu, P. (1988), *Cosas Dichas*, Barcelona, Gedisa.
- Brubaker, R. y Cooper, F. (2001), "Más allá de 'identidad'", *Apuntes de Investigación del CECYP*, V(7) 30-67.
- Cebrelli, A. y Arancibia, V. (2005), *Representaciones sociales. Modos de mirar y de hacer*, Salta, Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta.
- 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". Ponencia presentada en las XII Jornadas Nacionales de Investigadores en comunicación, Santa 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.

- Cuche, D. (1999), *La noción de cultura en las ciencias sociales*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- de Certau, M. (1996), *La invención de lo cotidiano. Artes de Hacer*, México, Universidad Iberoamericana.
- Durkheim, E. (1993), *Escritos selectos. Introducción y Selección de Anthony Giddens*, Buenos Aires, NuevaVisión.
- Fassin, D. (2008), "Beyond good and evil?: Questioning the anthropological discomfort with morals", *Anthropological Theory*, vol. 8 no. 4, 333-344.
- Jameson, F. (1993), "Sobre los estudios culturales", en: Frederick Jameson y Slavok Zizek: *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*, Buenos Aires, Paidós.
- Farré, M. (2004), *El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual*, Buenos Aires, La Crujía.
- Gramsci, A (1984), "La formación de los intelectuales", en *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Howel, S. (1997), *The Ethnography of Moralities*, Londres, Routledge.
- Johnson, M (1993), *Moral Imagination: Implications of Cognitive Science for Ethics*, Chicago, University of Chicago.
- Kessler, G. (2004), *Sociología del delito amateur*, Buenos Aires, Paidós.
- Kessler, G. (2009), *El sentimiento de inseguridad*, Buenos Aires, Ed. Siglo Veintiuno.
- 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, Biblos.
- Lamont, M. y Molnar, V. (2002), "The study of boundaries in the social sciences", *Annual review of sociology*, n° 28, 167-195.
- Maingueneau, D. (1987), *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris, Hachette.
- Martín Barbero, J. (1993), "La comunicación en las transformaciones del campo cultural", en: *Alteridades*, no. 5, México, UAM-I.
- Martín Barbero, J. (2005), "Nuevos regímenes de visualidad y des-centramientos educativos", en: *Revista de educación*, Madrid, no. 338, septiembre-diciembre, 67-83.
- Martín Barbero, J. (1987), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gilli.
- Morley, D. (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Mesía Blanco, M. M. (2009), "Ni delincuentes, ni enfermos. La legitimidad del usuario de marihuana en la revista THC", Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo.
- Mumby, D. (comp.) (1997), *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Prendergast, C. (2000), *The triangle of Representations*, Columbia University Press, New York.
- 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, Paidós.

- Rodríguez, M. G. (2008b), "Escribir los bordes. Los mensajeros en moto y los procesos de circulación cultural", Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo.
- Rodrigo Alsina, M. (1989), *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós.
- Rosaldo, R. (1991), *Cultura y Verdad: nueva propuesta de análisis social*, México, Grijalbo.
- Sádaba, T. (2001), "Origen, aplicación y límites de la teoría del 'encuadre' (framing) en comunicación", en: *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, no. 2, Universidad de Navarra.
- Said, E. (1978), *Orientalism*, Nueva York, Berg.
- Tilly, C. (2000), *La desigualdad persistente*, Buenos Aires, Manantial.
- Tomlinson, J. (1991), *Cultural Imperialism*, London, Pinter Publishers.
- Silverstone, R. (1994), *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Silverstone, R. (2004), *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Van Dijk, T. (1997), *Racismo y análisis crítico de los medios*, Buenos Aires, Paidós.
- Van Dijk, T. (2003), *Racismo y discurso de las elites*, Barcelona, Gedisa.
- Verón, E. (1987), *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.
- Williams, R. (1980), *Marxismo y Literatura*, Barcelona, Península.
- Zunzuneghi, S. (1995), *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra.