

Nombre y Apellido: Mariana Alvarez Broz

Afiliación institucional: IDAES/UNSAM-CONICET

Correo electrónico: mariana.c.alvarez@gmail.com

Eje problemático propuesto: Identidades. Alteridades

Título de la ponencia: “**Imágenes de la otredad: usos y consumos de los usuarios de ‘paco’ en el dispositivo televisivo”.**

Introducción

Esta ponencia versa sobre las representaciones televisivas de los usuarios de paco¹. Este caso de estudio me permitió 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.

De esta manera, me centré no sólo en las configuraciones sociodiscursivas relacionadas con los usuarios de los sectores más desfavorecidos, sino también, abordé el consumo de esta sustancia en los usuarios de clase media con la intención de investigar cómo se construye la *representación de la diferencia signada por un clivaje de clase*.

De acuerdo a lo que versan los informes periodísticos, el consumo de paco está relacionado con situaciones de pobreza y marginalidad y es una práctica típica de los sectores más relegados. Por este motivo, me interesó indagar particularmente cómo tematizan 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.

¹ El 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. 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 a los cortes o impurezas con las que se elabora la sustancia.

Del sobretrazo a la subrepresentación

Los usuarios de paco de los sectores más postergados son identificados mediante la designación de “paqueros”, tienen entre quince y veinticinco años, y “se mueren por consumir paco”, de acuerdo a los relatos televisivos.

De allí, que la temática más recurrente sea su asociación con la muerte, más aún, ésta se presenta como una consecuencia inevitable en la vida de estos usuarios. Se los presenta como “los muertos en vida”, y como consecuencia de esta caracterización se les endilga el mote de “zombi”.

Esto se ilustra, en principio, en los titulares: “El drama de los muertos vivos”²; “Los muertos en vida, presos del paco”³; “Los zombis: muertos en vida”⁴; “Cuando los jóvenes se quedan sin futuro: presos del paco, una adicción a la pobreza”⁵; “Los muertos en vida. Droga y delito”⁶.

Respecto de las clasificaciones que reciben, son fuertemente asociados a situaciones de violencia, hechos 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 violentos y agentes de inseguridad. Esta forma de construirlos está atravesada por mecanismos de estigmatización, criminalización y discriminación.

La combinación de los titulares, las voces en off y los videogramas 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”⁷; “Le dicen la droga de los pobres (...) es la radiografía de un asesino”⁸.

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”. Dicho enunciado constituye un constructo discursivo que descontextualiza e invisibiliza las causas reales por las que estos jóvenes (sobre)viven de manera miserable.

En general, y en lo que respecta a la *puesta en escena*, estos actores aparecen en los pasillos de distintas villas, terrenos baldíos o fachadas de fábricas abandonadas,

²Telefénica, 5/05/05, 19 hs.

³Telenove, primera edición 04/05/06, 12 hs.

⁴América Noticias, 8/06/05 19 hs.

⁵Telenove 04/05/06 20 hs.

⁶Telefénica, 30/7/08, 20 hs.

⁷ Extracto del ciclo “Impacto Chiche” de julio de 2008.

⁸ Extracto de “Telefénica”, 05/05/05.

recostados o inclinados sobre sí, luciendo buzos con capucha o gorritas con visera, y manipulando los utensilios para armar su pipa⁹. Y, la mayoría de las veces, son retratados en soledad, pocas veces se los ve acompañados.

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

En lo que concierne a las estrategias mediáticas, el medio televisivo se sirve de algunos artilugios retóricos para legitimar lo dicho hasta aquí. De esta manera, elabora ciertas configuraciones de sentido capaces de presentar, desde el sentido común, a los textos periodísticos audiovisuales como realidades objetivas: *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 móvil 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.

A su vez, el conductor interviene, interpreta, y hace legible el discurso autorizado a través de sus comentarios y utilizando *cifras* que tienen como característica dos cosas: 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 deshistorizadas y descontextualizadas (no se sabe en relación a qué año o a qué otra 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, quienes relatan detenidamente el dolor y la desesperación que sienten al ver a sus hijos deteriorarse tanto física como psicológicamente, y el temor que padecen ante las desventuras a las que se someten estos jóvenes para conseguir esta sustancia. 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.

⁹ 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.

Ahora bien, cuando el medio televisivo presenta “la llegada del paco a las clases medias”¹⁰ como un hecho noticiable, el frame¹¹ presenta algunas particularidades que me interesa destacar y problematizar en los párrafos que siguen a continuación.

A mi entender, 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 dado su valor informativo: es la originalidad, la imprevisibilidad y el ineditismo lo que le otorga la marca de hecho “noticiable” para los periodistas; en segundo lugar, y en lo que concierne específicamente a este trabajo de investigación, esa misma “novedad”, ese “índice de la variación en el sistema” (Rodrigo Alsina, 1996:98) implica un quiebre en el proceso de construcción del sentido común, resulta un contrasentido, de acuerdo a lo representado hasta el momento por el medio televisivo

En primer lugar, se advierte que “La llegada del paco a la clase media” en tanto noticia va desdibujando a los actores paulatinamente hasta diluirse en el plano del enunciado. Es decir, si bien este fenómeno es presentado como novedoso por el medio televisivo, puesto que tendría la particularidad de mostrar a los jóvenes de los sectores prósperos consumiendo paco, la cuestión “clase media” se difumina a lo largo de los sucesivos extractos analizados.

Durante la emisión del noticiero “América Noticias” del día 20/11/06¹² 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 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 aspirará ante la cámara. Un plano detalle toma las manos deterioradas de la joven, quien expresa: “A mi no me da vergüenza

¹⁰ Titular extraído del ciclo “América Noticias” del 20/11/06.

¹¹ Esta forma de nominación en el idioma inglés remite a nominativos tales como “marco”, “formato”, “cuadro” y “enfoque” (Sádaba, 2001 y Amadeo, 2002) y alude a esos marcos cognitivos e interpretativos que enmarcan los temas que difunden los medios de comunicación y que orientan la lectura.

¹² Este segmento se emitió a las 19:46 hs.

decirlo, por esta gilada te apartas de tu familia, te apartas 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”. La cámara realiza un paneo que recorre una mesa llena de objetos: decenas de envoltorios que contienen pasta base, billetes de baja denominación (dos pesos, cinco pesos, diez pesos), varios teléfonos celulares. El movimiento de la cámara es acompañado por la voz en off: “Para atrapar al Ñancul, la policía utilizó agentes equipados con cámaras ocultas, el dealer no sospechó de los infiltrados porque muchos de sus clientes son jóvenes de clase media”. 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 una vez más en el centro de escena a los paqueros: la predominancia de los primeros planos – con los cuales se retrataba los rostros de estos jóvenes-, el plano detalle que tomaba las manos (ajadas) armando un cigarrillo, la mención de la villa, son aquellas fotografías y ese reenvío territorial que da cuenta del mundo *otro*.

Otra marca es la estrategia de legitimación que apela a las mismas fuentes (la voz policial y la madre del paco) que intervenían en las representaciones de los jóvenes de los sectores marginales, por ser consideradas verosímiles y fiables, ya sea por su implicancia en los hechos, o por su carácter testimonial.

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

Esa *sobrereexposición* de los usuarios marginales 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 e ir en busca del joven de clase media –con cámaras ocultas o infrarrojas- como sí lo ha hecho con los *otros* usuarios de paco.

El juego de la doble moral

Hay algo que tiene que ver con el hecho de exponer al otro, de (des)cubrirlo, (re)velarlo, (des)taparlo, (des)enmascararlo, que se avizora en dichas representaciones. Y esto deja entrever una tensión latente del orden de lo moral que aquí se pone en juego.

Más allá de la variedad de perspectivas sobre la moralidad, existe una cierta coincidencia entre los investigadores de la antropología de las moralidades respecto de que “la moralidad” constituye un conjunto de acuerdos respecto de *lo que debiera o no debiera ser*.

La moralidad funciona como un código cultural dinámico (Archetti, 2003) que brinda información, innova y da sentido a las relaciones sociales (2003: 162), y debe ser analizada tanto en las acciones como en las narrativas de los sujetos (Ibíd.). En tanto código cultural dinámico, podría ampliarse la categorización del autor 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 4/07/06¹³ 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”.

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

La voz en off masculina se pregunta: ¿Por qué un adolescente de clase media puede empezar 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 gaseosa¹⁴ 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 una disco 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 de cigarrillo de paco y sus consecuencias nocivas respecto del deterioro físico de los jóvenes paqueros. En ese marco, 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”.

A continuación, se sucede una secuencia de imágenes descoloridas (tipo sepia) registradas en una villa mediante una cámara oculta. El relato en off da marco al relato: “En muchas villas miserias el paco está asociado a la prostitución”. Aparece una imagen registrada desde el interior de un vehículo circulando. Se advierte el siguiente diálogo entre un hombre (H) y una joven (J), cuyas identidades se hallan veladas por efectos técnicos de edición. Sólo se difunde el extracto que sigue:

-H: Tengo ganas de que me hagan un pete pero sólo tengo paco, me pagó con paco un cliente, me dio 10 pacos. ¿Está todo bien?

-J: Sí.

¹⁴ Las pipas para fumar paco se elaboran, entre otras cosas, con latas de gaseosa.

Los discursos de los grupos de élite –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.

Así, recupera, otra vez más, aquellas marcas icónicas y verbales que asocian el consumo de paco con los jóvenes de sectores populares: en el campo de la imagen, la “foto” del joven con gorrita, así como los encuadres con predominancia de primeros planos y planos detalle, y el cromatismo de la secuencia audiovisual, connotan a los “paqueros”, en tanto que, en lo que respecta al plano verbal, la semántica del texto audiovisual refiere a aquellas problemáticas en donde éstos mismos jóvenes son colocados por el medio, en tanto (re)construye la cadena significante sobre la base del vínculo droga-marginalidad-delito-prostitución como una especie de “amenaza”.

Una vez más, el joven de clase media se diluye 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 ‘aquellos que están 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 asociaba 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.

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 identificaba, caracterizaba y asignaba atributos a los chicos de los sectores desfavorecidos. Este es el argumento central del que se vale el discurso televisivo para diferenciarlos y distinguirlos de los “paqueros”.

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).

Asimismo, esto pone en cuestión que no es el “paco” en tanto sustancia psicoactiva lo que vuelve “peligrosos” a los sujetos (como se vio en los capítulos precedentes), 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 nos obliga a considerar el hecho de que la moral, al fin de cuentas, siempre se define en situación (Howel, 1997).

Una vez más el patrón se repite. El ciclo “Telenueve” del día 22/05/06¹⁵ presenta un informe titulado: “Paco en la clase media, se extiende la droga de los pobres”. Uno de los conductores introduce el tema: “Según una investigación de una organización de lucha contra las adicciones, la pasta base más conocida como paco, ya no es una droga

¹⁵ Correspondiente a la 2da. Edición, y difundido a las 19:43 hs.

habitual solo entre los jóvenes más pobres. Los últimos datos señalan que la clase media, se ha incorporado como el nuevo sector de consumo de esta droga". A continuación se difunden declaraciones de un comisario quien alerta sobre la alta adherencia química de la pasta base en los sectores empobrecidos y el número creciente de "adictos" en las villas miserias, al tiempo que cuenta cómo fue desbaratada una banda de narcotraficantes que habitaban y vivían en una villa del Conurbano. Un primer plano toma las manos de dos jóvenes manipulando un cigarrillo de paco. La voz en off puntea: "Así comenzó a mostrarse la pasta base, el residuo de la producción de la cocaína, más conocido como paco (...) y así se fue multiplicando su consumo en las distintas villas del área metropolitana, pero ahora saltó el cerco social". Mientras transcurre el relato, la cámara captura mediante primeros planos el perfil de dos jóvenes con gorrita armando un cigarrillo. Después de las declaraciones del comisario sobre la incautación de pasta base en un barrio periférico del Conurbano, el relato en off prosigue: "Los cambios en el consumo también modificaron la forma de venta, en las villas está presente de manera extraordinaria. En pequeños cilindros de papel o en pipas improvisadas el paco avanza y se hace adictivo". Un plano detalle sobre los labios de un joven (fumando un cigarrillo) destaca las llagas en su boca. El móvil se acerca y le pregunta:

- ¿Por qué fumas esto?
- Porque me gusta
- ¿Vas a la escuela?
- No me gusta ir a la escuela...
- ¿Y tu mamá?
- Mi mamá no sé...un día se fue, y no volvió más.

Por si quedaran dudas, o por si acaso algún televidente distraído no se hubiera percatado de los indicios (la clasificación de "adicto", la gorrita, los encuadres característicos, la mención del territorio) ofrecidos a lo largo del relato televisivo, el fragmento de entrevista devela el perfil del tipo de sujeto del que se habla: el desamparado y abandonado, el paquero, pobre y marginal. Es él, y no otro, el consumidor de paco involucrado, en tanto "adicto", en situaciones de delito y narcotráfico.

Al respecto, considero que la noticia: "El paco llegó a la clase media" es un punto de inflexión en el discurso televisivo, puesto que se resquebrajan todos los argumentos esgrimidos hasta el momento sobre el usuario de esta sustancia. 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 lo que hace, en este caso, es poner en evidencia una valoración diferente, y, como consecuencia de ello, un trato desigual para con los actores involucrados: mientras que unos son “sujetos amenazantes”, los otros son “jóvenes que quieren innovar y probar nuevas sustancias”.

Esta diferenciación que se hace ante una misma práctica (consumir “paco”), está en diálogo con la hipótesis acuñada por Douglas respecto de que la representación de un riesgo es indisociable de su aceptabilidad moral (Kessler, 2009). Y esto da cuenta de un proceso de elaboración que distingue, enfatiza y replica la relación entre incluidos y excluidos.

Ahora bien, analizar sólo el modo racional de elaborar argumentaciones sobre qué está bien y qué está mal no lo es todo. Por eso Durkheim (1966) 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 ataña 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 transmite 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.

Se advierte que a través del discurso moral también 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 construye 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. Ante el fenómeno “la clase media cruzó la frontera: consume paco”, se deja entrever que el uso de sustancias se erige no sólo como el lugar propicio para el estudio de las relaciones de igualdad-desigualdad, sino también como escenario donde se continúa el conflicto entre las clases sociales.

Con esto quiero decir, siguiendo a Durkheim (1966), 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.

Además, las fronteras no sólo delimitan y construyen diferencias entre los grupos, ellas potencialmente también producen inequidad, porque son esencialmente 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.

Comentarios Finales

En esta ponencia quise mostrar cómo las representaciones televisivas sobre el consumo de paco constituyen un escenario privilegiado donde se continúan y reproducen las relaciones de clase.

Ante la “inevitabilidad” de la noticia “El consumo de paco llegó a la clase media”, 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 socialmente, donde lo llamativo es que en ambos casos se trata de una práctica de carácter ilícita.

Estas consideraciones morales que circulan en el discurso televisivo conllevan principios de jerarquización que producen una valoración del uso de paco diferencial y desigual, de acuerdo a la pertenencia social del usuario en cuestión.

Esto 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 descansa en la relación de cercanía y semejanza que el medio construye con el joven de clase media.

Como vimos en las representaciones analizadas, los medios de comunicación se ubican y se posicionan moralmente en tanto actores sociales, al evaluar positivamente aquello que para otros grupos sociales era signado negativamente, al juzgar cuáles prácticas son legítimas y cuáles no, al sancionar el modo de vida de los jóvenes en situación de marginalidad sin reparar en las condiciones sociales de existencia al tiempo que aprobar y replicar un modelo de juventud asociado a estéticas, gustos y estilos de vida hegemónicos, al establecer parámetros que indican lo normal y lo anormal, lo civilizado y lo bárbaro, lo permitido y lo prohibido, lo moral y lo inmoral.

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 alteridad 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..

Y más aún: *la representación televisiva de la diferencia social* se reduce a la presentación minuciosa de las prácticas y los haberes de los grupos o sectores, sobre la base de la misma relación de exclusión y desigualdad que los convierte a unos en desfavorecidos, y a otros en acomodados.

Resumiendo, y retomando lo dicho por Silverstone (2004), en la dialéctica de la distancia y la proximidad, de la familiaridad y la ajenidad, los medios intervienen de una manera decisiva. En este sentido, los significantes “drogadicto”, “anormal”, “zombi”, “delincuente”, “violento”, “peligroso” no resultan conceptos meramente 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.

Bibliografía citada

- Archetti, E. (2003): *Masculinidades*, Buenos Aires, Editorial Antropofagia.
- Barth, F. (1976): "Introducción". *Los grupos étnicos y sus fronteras*. (1° Ed. en inglés de 1969). México: FCE.
- Durkheim, E. (1993): *Escritos selectos. Introducción y Selección de Anthony Giddens*, Buenos Aires: NuevaVisión.
- 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.
- Howel, S. (1997): *The Ethnography of Moralities*, Londres, Routledge.
- Kessler, G. (2004) *Sociología del delito amateur*, Buenos Aires, Paidos.
- ----- (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*, nº 28.
- 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. U.B.A
- Rodrigo Alsina, M (1989) *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidos.
- 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, 2001, Universidad de Navarra
- Silverstone, R. (1994): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu.
- ----- (2004) *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Ed. Amorrortu.
- Williams, R. (1980): *Marxismo y Literatura*. Barcelona, Ed. Península.