



Córdoba, diciembre de 2017

EDITORIAL. ASTROLABIO NUEVA ÉPOCA.

Presentación de la sección Monográfica Nº 19: La experiencia de los públicos en América Latina

Vanina Papalini y Melisa Maina

La sección monográfica de *Astrolabio* se vuelca, en esta oportunidad, al análisis de los públicos, rindiendo en primer lugar un escueto homenaje a la figura de Gabriel Tarde. En efecto, la noción de público encuentra un peculiar desarrollo en este autor. Durante mucho tiempo relegada, sus teorías se ven hoy revitalizadas por doble vía. Por un lado, Tarde es fuente de inspiración de Bruno Latour y la teoría del actor-red (TAR). Por otro, es retomado por Maurizio Lazzarato para pensar la lógica de la coordinación. Es que Tarde, a principios del siglo XX, en un momento en que la sociedad era pensada como “masa” o “multitud”, muestra vínculos de otro tipo. Según su definición, el público es una “colectividad puramente espiritual, como una diseminación de individuos físicamente separados y cuya cohesión es completamente mental” (Tarde, 2013: 85). Se trata de un fenómeno asociado al surgimiento de los medios, en particular, la prensa; no existe término equivalente, dice Tarde, ni en latín ni en griego. Pero lo más significativo en este concepto es su carácter plural y diverso: “se puede pertenecer al mismo tiempo, y de hecho se pertenece siempre simultáneamente, a varios públicos como a varias corporaciones o sectas; pero se puede pertenecer únicamente a una sola multitud a la vez” (Tarde, 2013: 92). Los públicos son, así, garantes del pluralismo.

Tarde subraya el carácter “espiritual” o mental de quienes conforman un público; son personas que comparten una opinión o una afición. En cambio, para Pierre Bourdieu, la del público es una experiencia enmarcada en un mercado, un tipo específico de consumo. El enfoque de Bourdieu ha sido —y sigue siendo— dominante en los estudios que, desde la década de 1980, han ocupado un importante lugar en la agenda de las ciencias sociales de América Latina. La noción de “gusto”, junto con la de “consumo cultural”, brindaron un andamiaje conceptual fundamental para el estudio de los públicos. En ocasiones, las teorías bourdianas complementaron enfoques de orientación culturalista —otra de las perspectivas de gravitación en este tema. Los



Estudios Culturales latinoamericanos se centraron en las “prácticas” de los públicos; el materialismo presente en esta lectura no resignó la ponderación de su dimensión simbólica característica.

Pero los públicos no son estudiados sólo, ni principalmente, desde sus experiencias y prácticas. La vertiente sociológica de inclinación funcionalista los cuantificó, comparó y examinó a partir de indicadores generales de descripción. Estos enfoques, que han ofrecido una idea de la magnitud y el comportamiento de los públicos, consideraron tempranamente la cuestión de las tecnologías de la información y la comunicación. Pero estos usos, consumos y apropiaciones condujeron a nuevas preguntas: el público lector de prensa que Tarde consideró ya tenía poco que ver con los *prosumers* que interactúan entre sí y recrean, reproducen o producen colaborativamente lo que antes era objeto de fruición o expectación.

Como se observa, las investigaciones sobre los públicos se interesaron por aspectos diversos: desde medir audiencias hasta comprender en profundidad la experiencia de la recepción. Este interés tuvo una amplia difusión; abarcó distintas disciplinas y distintas instituciones. En sede científica, la sociología, la antropología y las ciencias de la comunicación se ocuparon del tema. También surgieron numerosas investigaciones provenientes de los estudios académicos de las artes. Otros actores que intervienen en la dimensión cultural, como los organismos públicos y privados, nutrieron el acervo de conocimiento con relevamientos propios. La tradición, cuyo impulso procedió del estudio de audiencias de los medios masivos de comunicación, dejó paso a un amplio espectro de investigaciones, un campo abierto a estudios interdisciplinarios que incluyen no sólo a las audiencias sino también a los públicos de artes y a los usuarios de diferentes tecnologías.

Esta sección monográfica se compone de artículos que exploran algunas de estas aristas. Un eje que atraviesa todos los trabajos es la configuración de la subjetividad de los públicos a través de los consumos culturales. Las transformaciones de los públicos han sido captadas por los medios de comunicación, en la revisión de sus propias producciones: la forma, el contenido, las líneas políticas e ideológicas no quedan fuera de esas apropiaciones, como se verá en tres de los artículos. Una cuarta contribución analiza profundamente las elecciones de los sujetos en relación a los consumos culturales y postula un análisis singular y cualitativo en esos consumos.

En el artículo “Apropiaciones de los públicos en torno a las noticias de inseguridad”, Brenda Focás examina la noción de público, distinguiéndola de la de audiencia. La metodología propuesta es un abordaje cualitativo a partir de 75



entrevistas en profundidad en dos barrios de Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Así, se propone reconstruir las percepciones de la inseguridad formadas partir del consumo de medios y analiza cómo inciden en las prácticas cotidianas en torno al delito. La “forma” de la noticia, es decir, su presentación discursiva, provoca diferentes tipos de recepción. En la elección de un canal para informarse, inciden distintos factores, como el tratamiento de la noticia y su representación, pero también el lugar que ocupa la empresa periodística en el espectro ideológico y la empatía o no con los periodistas de policiales.

En la misma línea se encuentra el artículo “Medios tradicionales y redes sociales en internet: un análisis de los posteos compartidos por los diarios argentinos *Clarín* y *La Nación* en Facebook (2010-2015)”, de Natalia Raimondo Anselmino, Alejandro Matías Sambrana y Ana Laura Cardoso. El objetivo es analizar el producto de la re-semantización de los discursos de la prensa en las *fanpages* de *Facebook* de dos diarios: *Clarín* y *La Nación*. Los medios tradicionales reconocen que sus públicos se han transformado, por ende las vías de acceso a los contenidos mediáticos se han diversificado y complejizado. Durante seis años, esta investigación registró las variaciones que se produjeron en los diferentes posteos de los periódicos mencionados. La metodología de análisis presenta una novedosa combinación de minería de datos y análisis sociosemiótico.

El artículo “Una aproximación a la estetización de la política en la oferta televisiva argentina contemporánea”, de María Eugenia Boito, Sebastián Gago y Milva Natali Valor, se nutre de un proyecto de investigación mayor. Este estudio representa una primera aproximación a la estetización de la política y la politización del espectáculo en la oferta televisiva argentina contemporánea. Aquí se tiene en cuenta que las producciones televisivas constituyen la expresión de un momento y pueden generar una remodelación de la experiencia contemporánea de los públicos. El análisis resulta imprescindible para comprender los espacios de constitución de subjetividades en el trabajo activo sobre la sensibilidad de los espectadores; la metodología empleada utiliza grupos de discusión sobre programas actuales de la televisión argentina.

El artículo “De los consumos a las prácticas culturales. Una mirada desde las articulaciones biográficas”, de Nicolás Aliano y Marina Moguillansky, nos permite introducirnos en los consumos que realizan diferentes sujetos a través de prácticas inscriptas en vínculos de sociabilidad que se combinan para conformar repertorios culturales complejos. Esas prácticas ubican al consumidor en una posición de elección



muchas veces obliterada por las grandes encuestas. A través de entrevistas semi-estructuradas, Aliano y Moguillansky van dando cuenta de diferentes adhesiones a mundos específicos de la cultura que se conectan o articulan con otras prácticas culturales. La sutileza de esos hilos invisibles que van relacionando los diferentes espacios culturales provoca una ruptura con una práctica preestablecida de consumo según el contexto social o la trayectoria de vida. Bajo esta lente, la experiencia cultural muestra toda su complejidad, en tanto es orientada y aprendida en la interacción social, en marcos sociales concretos. La investigación aporta un indicio empírico de que, si bien los estudios de públicos se han expandido y diversificado, “la espiritualidad” de la que hablaba Tarde no es un concepto metafísico sino una experiencia sensible peculiar.

En síntesis, el conjunto de las contribuciones ofrece un panorama de los estudios actuales sobre los públicos rico, diverso, preñado de interpelaciones que requieren profundización. Agradecemos a los autores y las autoras los trabajos presentados y al equipo de *Astrolabio* por el esfuerzo que significó la revisión, corrección y presentación de esta sección.

Referencias bibliográficas

Tarde, G. (2013). *La opinión y la multitud*. Buenos Aires: Urbanita. 1986. (Primera edición, 1904).

* * *

Aprovecho este espacio, ahora en primera persona, para despedirme, ya que, con la publicación de este número, ceso en mis funciones como directora de *Astrolabio*. Impulsé *Astrolabio*, convocada por la Dra. Dora Celton, desde 2010. Agradezco al equipo que, a lo largo de estos siete años, trabajó gratuitamente para que este medio existiera. Fueron muchos; los colaboradores fueron renovándose a lo largo de este tiempo. Florencia Páez, en los primeros números de la nueva época, y Vanesa Garbero, hasta el presente, han sido su motor de la mejor manera.

Durante estos años, la vida fue imponiendo sus exigencias: inicios y finalizaciones de beca, nacimientos de hijos, preparación y defensa de tesis. He visto a este grupo humano doctorarse, ser padres o madres, entrar en crisis, salir de ellas. Este pequeño medio científico ha sido fruto de su enorme generosidad.

También merece un agradecimiento especial el personal de apoyo del CIECS que, aunque su tarea principal fuera otra, dedicaron su tiempo para ayudarnos con la mejor voluntad y todo su

esmero. Muchos de ellos continúan ahora más específicamente abocados a la tarea.
La revista queda en excelentes manos. Gracias, una vez más.

Vanina Papalini