



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La guerra anti-age en la revista Para Ti.1

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Rosa Gómez

María Cristina Schenone, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2008

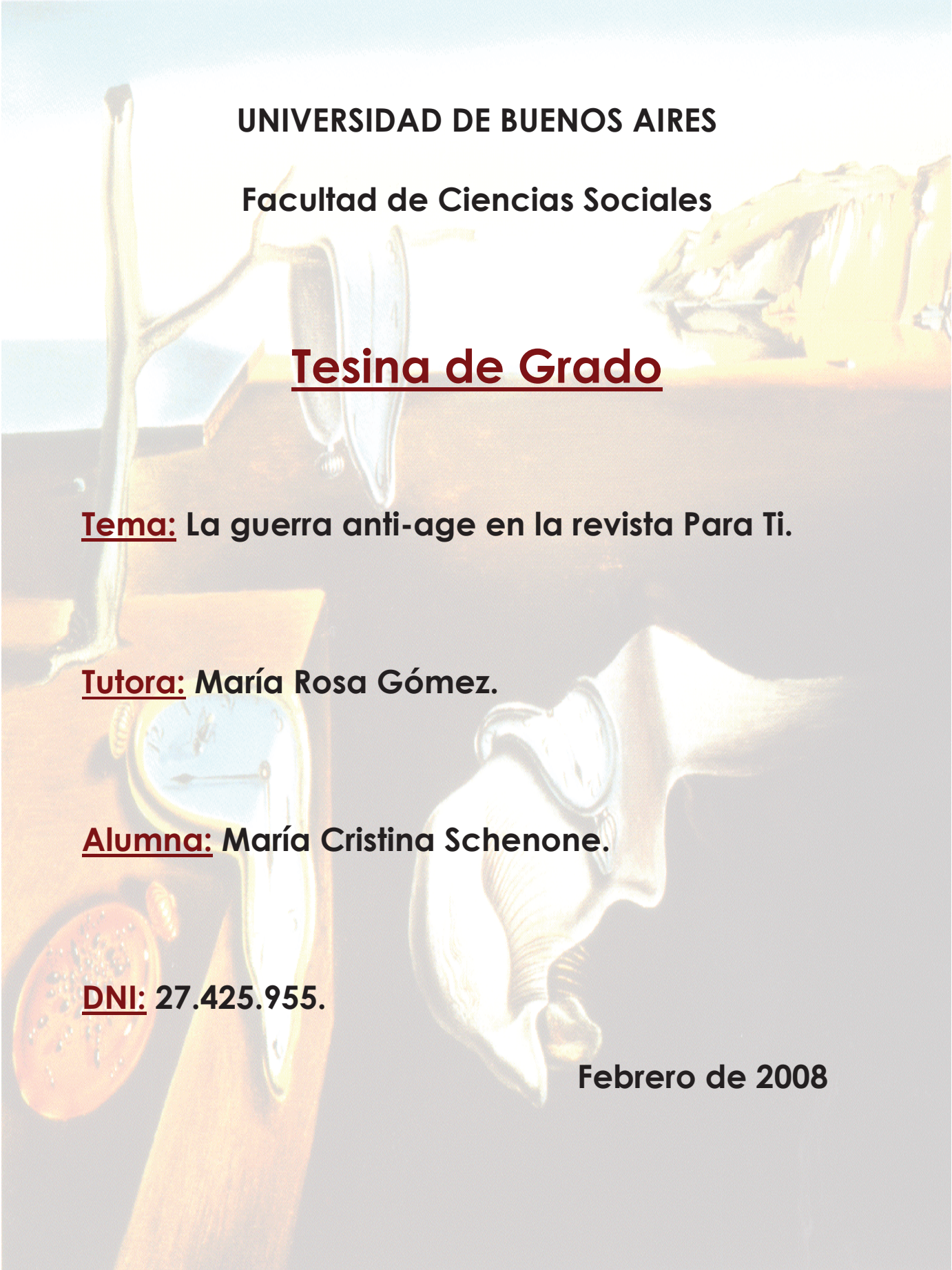
Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Facultad de Ciencias Sociales

Tesina de Grado

Tema: La guerra anti-age en la revista Para Ti.

Tutora: María Rosa Gómez.

Alumna: María Cristina Schenone.

DNI: 27.425.955.

Febrero de 2008

ÍNDICE

➔ Presentación del tema / Hipótesis.....	Página 3
➔ Objetivos del trabajo.....	Página 6
➔ Metodología.....	Página 7
➔ Marco teórico.....	Página 11
➔ Presentación del corpus.....	Página 33
Descripción de la revista.....	Página 34
PT Actualidad.....	Página 36
Auto-legitimación del medio.....	Página 40
Contrato de lectura.....	Página 43
Búsqueda de objetividad.....	Página 48
¿Sensacionalismo en Para Ti?.....	Página 50
Exposición de la línea editorial.....	Página 53
Para ti y la Dictadura.....	Página 57
➔ La guerra anti-age en Para Ti.....	Página 60
A) Notas relacionadas con la edad.....	Página 62
B) Fotografías publicadas de personas mayores.....	Página 76
C) Publicidades de productos y servicios anti-age.....	Página 92
➔ Conclusiones y cruces finales	Página 111
➔ De sentimientos, agradecimientos y búsqueda	Página 122
➔ Bibliografía.....	Página 124
➔ Anexo.....	Página 127





TEMA/ HIPÓTESIS/ METODOLOGÍA/MARCO TEÓRICO

Tema: JUVENTUD ¿Divino tesoro?

LA GUERRA ANTI-AGE EN LA REVISTA PARATI

“No ha de ser dichoso el joven, sino el viejo que ha vivido una hermosa vida”.

[Epicuro de Samos](#) Filósofo griego.

PRESENTACIÓN DEL TEMA / HIPÓTESIS:

Nos encontramos inmersos dentro de un marco social caracterizado por una fuerte tendencia de culto a la buena imagen. Dentro de este marco, son muchos los factores que tienden a consolidar esa tendencia y a hacer que la misma sea cada vez más fuerte e imponente. La “sociedad de la imagen” como se escucha habitualmente definir a nuestra contemporaneidad, nos plantea una particular forma de concebir lo que es bueno o bello y desechar –en coherencia con esos modelos- aquello que no cumple con ciertos parámetros arbitrariamente impuestos.

Aquellos factores a los que antes se alude pueden visualizarse en, por ejemplo, los medios de comunicación. Estos tienen una capacidad relevante a la hora de



crear formas de percibir, valores, metas, modelos a seguir, etc. Y es desde ese lugar que crean formas que van a favor o en contra de aquello que proclaman.

En este contexto encontramos a la revista Para Ti. Esta producción, líder en el mercado femenino al que apunta, propone implícita y explícitamente como uno de los valores culturales incuestionables a la JUVENTUD. Este hecho puede observarse en muchas de sus notas y en las publicidades que forman parte de cada número y queda demostrado en el emergente rechazo hacia todos aquellos signos que dejan en evidencia el paso del tiempo en los seres humanos (sobre todo en las mujeres, quienes conforman su público).

La revista, formando parte de un conjunto de medios nacionales e internacionales que también lo hacen, se alinea en una lucha contra el paso del tiempo que, además de resultar un negocio mundial que mueve gran cantidad de dinero, genera insatisfacción, descenso de la autoestima y sufrimiento en personas que nada pueden hacer contra las normas marcadas por la naturaleza.

Este trabajo pretende analizar, de manera minuciosa y detallada, la “guerra anti-age” planteada por la revista. La idea es demostrar que esta postura se relaciona directamente con un contexto sociocultural conocido como “la sociedad de la imagen” donde la mirada de los demás cobra un rol fundamental; a intereses económicos (por el negocio que significa la publicidad) que posibilitan actualmente la supervivencia de este medio gráfico y a cierto sistema de valores enarbolado por la editora de la revista que propone una especial forma de ver e interpretar los hechos de la sociedad.



Por otro lado, esta investigación intenta des-naturalizar algunos sentidos que actualmente circulan en el marco de lo social con respecto a la “necesidad de parecer joven”. Esta desnaturalización se llevará a cabo mediante la propuesta de tomar conciencia sobre los motivos que llevan a que la juventud sea pensada como un tesoro y de detenerse a pensar en diferentes y posibles formas de ver las cosas.



OBJETIVOS DEL TRABAJO

Objetivos Parciales:

- ➡ Analizar el marco social caracterizado como “la sociedad de la imagen” que da lugar a que ciertos rasgos del cuerpo, como las marcas del paso de los años se tornen desechables.
- ➡ Analizar el papel de los medios de comunicación como creadores y productores de sentido social.
- ➡ Analizar la forma en que la revista marca tendencias en la sociedad creando un sistema de valores específico.
- ➡ Analizar el negocio que se genera a partir de este sistema de valores y que mueve gran cantidad de dinero e intereses.
- ➡ Pensar en la posibilidad de analizar diferentes formas de ver las cosas y otros puntos de vista respecto del tema.

Objetivo Final:

- ➡ Demostrar que determinados valores considerados positivos en ciertas etapas pueden estar sostenidos en causas y efectos específicos, que responden a intereses particulares y que es posible pensarlos de diferente manera, valorando diferentes realidades.



METODOLOGÍA DE TRABAJO

El núcleo del presente trabajo consiste en analizar la forma de tratar el tema del paso de los años y la valoración que se hace a la edad en la revista Para ti. Para poder llegar a conclusiones certeras en este aspecto se considera necesario estudiar la forma en que la revista crea y reproduce una forma específica de valorar el tiempo y sus signos en las personas, por un lado, y por el otro, registrar y reflexionar sobre los diferentes métodos que utiliza para poder llegar al público elegido y lograr que perdure en él su elección.

Por estos motivos y, en busca de lograr el análisis descripto, la metodología de trabajo de análisis de las publicaciones constará de los siguientes pasos:

A) Marco teórico

- ➡ Búsqueda y recopilación de material de autores.
- ➡ Lectura, registro y elaboración de material adecuado para el análisis del tema a tratar.
- ➡ Inclusión de ese material, con su correcta y adecuada forma de citar, dentro del trabajo a realizar.



B) Relevamiento del corpus

➡ Creación y utilización de un cuadro/grilla de doble entrada con diez puntos a tener en cuenta para el análisis del tema elegido, por un lado, y por el otro, con las publicaciones escogidas para realizar el trabajo. Este cuadro permitirá registrar las páginas y las publicaciones donde irán apareciendo, a medida que se avanza en la lectura de los mismos, los diferentes aspectos que serán tenidos en cuenta para el análisis del discurso.

Grilla de temas por publicación: Los puntos a relevar en ese cuadro serán:

1 - Notas sobre la edad: Fecha de publicación y nº de páginas de notas relacionadas con temas de edad y paso de los años.

2 – Aparición de personas mayores: Fecha de publicación y nº de páginas donde aparezcan fotografías de personas mayores (en apariencia mayor de 70 años).

3 – Contrato de lectura: Fecha de publicación y nº de páginas de notas que den cuenta de la búsqueda de la relación que crea el medio con su público para que lo siga eligiendo como tal (en este caso “complicidad”, concepto extraído de textos de Eliseo Verón¹).

¹ - Verón, Eliseo. *El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios del posicionamiento del soporte en los medios*, en “Les medias: Experiences, recherches, actuelles, applications”, IREP, París, 1985. http://www.geocities.com/horror_misfits/Veron_Eliseo_Analisis_del_contrato_de_lectura_rtf.



4- Publicidades de productos / servicios “anti-age”: Fecha de publicación y n° de páginas con publicidades de productos y servicios utilizados para borrar, disimular o prevenir signos del paso del tiempo.

5 - Auto legitimación de la revista: Fecha de publicación y n° de páginas en las que aparezcan notas o comentarios de Para ti sobre sí misma.

6 – Publicidades en formato periodístico: Fecha de publicación y n° de páginas donde aparezcan publicidades “encubiertas” o “publinotas” (publicidades que no tienen el formato tradicional, están mezcladas con notas, entrevistas o reportajes).

7 – Exposición de la línea editorial: Fecha de publicación y n° de páginas donde aparezcan signos que permitan reconstruir ideas sobre las preferencias, valores, pautas de la línea editorial de la revista.

8 – Ítems que permitan descubrir dentro de qué matriz se inscribe el medio: Fecha de publicación y n° de notas que permitan dilucidar si el medio se inscribe dentro de la matriz racional iluminista o dentro de la matriz simbólico dramática (según diferenciación planteada por Guillermo Sunkel²).

² Sunkel, Guillermo “Las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas”, en Razón y pasión de lo popular, Santiago de Chile, Ilet, 1922



9 – Ítems que permitan hablar de la búsqueda de aparente “objetividad” en las notas de la revista: Fecha de publicación y nº de páginas donde aparezcan notas en las que se pueda apreciar la “pretensión de objetividad” de la que habla Rodrigo Alsina³.

C) Análisis del corpus

Cada punto relevado será analizado según el material teórico trabajado, con cuadros y datos “duros” extraídos del relevamiento expuesto anteriormente.

D) Conclusiones

Una vez relevados los puntos anteriores, el material discursivo extraído será confrontado con los conceptos vistos y tratados en el marco teórico con el objetivo de arribar a conclusiones certeras sobre el tema estudiado.

³ - Rodrigo Alsina, Miquel. “La construcción de la noticia”, Paidós, Barcelona, 1996.



MARCO TEÓRICO

A continuación se enunciarán ciertos conceptos y consideraciones de autores que constituyen un marco para el presente trabajo. Al tratarse el mismo de un trabajo de análisis de medios de comunicación, estos conceptos estarán relacionados con los siguientes temas: formas de concebir la sociedad, la construcción y circulación de los discursos sociales, la "sociedad de la imagen" y el papel de la mirada, la relación del cuerpo y la modernidad, el papel de los medios dentro de la sociedad y eventuales formas de des-naturalización de sentidos fijos en el marco social.

Algunas consideraciones acerca del orden de lo social

Para analizar discursos de los medios partimos de cierta forma de pensar el marco que nos rodea: el sistema social actual está constituido por un conjunto de instituciones que se desarrollan en función de sus características estructurales. Para poder entenderlo, retomaremos los aportes de Althusser y su descripción de lo social.

En el texto "Ideología y aparatos ideológicos del Estado" (1970) el autor habla acerca de la reproducción de las condiciones de producción. Plantea que para existir, toda formación social, al mismo tiempo que produce y para poder producir, debe reproducir las condiciones de su producción. Esto significa que



debe reproducir por un lado las fuerzas productivas y por otro las relaciones de producción existentes, para mantener el mismo estado de las cosas.

El autor retoma la concepción marxista según la cual el Estado se concibe como un aparato represivo que permite a las clases dominantes asegurar su dominio sobre la clase subordinada a fin de someterla el proceso de extorsión de la plusvalía.

Afirma en su texto, además, que para hacer progresar la teoría del Estado es necesario también tener en cuenta otra realidad que se manifiesta junto al aparato de Estado pero que no se confunde con él. Estos son los aparatos ideológicos del Estado. Se presentan bajo la forma de instituciones distintas y especializadas. Considera como aparatos ideológicos del Estado a las siguientes instituciones: el sistema de las distintas Iglesias; el sistema de las distintas "Escuelas" públicas y privadas; la familia; el aparato jurídico; el aparato político; los sindicatos; los medios de información (prensa, radio, televisión, etc.) y el aparato cultural (literatura, artes, deportes, etc.).

Los aparatos ideológicos funcionan masivamente con la ideología como forma predominante y en algunas situaciones utilizan una represión atenuada y simbólica. Es interesante este planteo de Althusser porque desde él podemos pensar a la Revista ParaTi formando parte de estos aparatos que tienden a reproducir la forma dominante de pensar las cosas dentro de la sociedad.

Althusser dice que todos los aparatos ideológicos del estado concurren al mismo resultado, reproducir las relaciones de producción.



Una vez aclarada esta descripción, y en esta misma línea argumentativa, retomaremos algunos aportes de Pierre Bourdieu para seguir hablando de la tendencia de las instituciones sociales a reproducir las condiciones del sistema. Este autor aporta a la investigación una postura particular e interesante sobre las diferencias entre los sexos y la forma en que las instituciones sociales tienden a reproducir esas diferencias.

En su libro *"La dominación masculina"* (2000) Bourdieu asegura que para hacer un estudio sobre las diferencias entre sexos y la desigualdad entre hombres y mujeres es necesario poner atención en las diferentes instituciones que conforman lo social. Para él tanto el estado, como la religión, la escuela y *"la totalidad de la cultura"* comparten la característica de tender a reproducir el estado de las cosas y, entre ellas, la dominación del hombre sobre la mujer. Es importante este aporte para visualizar a la revista Para Ti formando parte de este entramado de instituciones que contribuyen a la reproducción de las condiciones reales de existencia de las personas. La revista forma parte de un sistema de medios que hace muchos años juega un rol importante en la formación de valores, formas de pensar, circulación de sentidos de la sociedad argentina y, al tratarse de la revista número uno en el segmento de periodismo gráfico dirigido a la mujer, es interesante analizar el papel que postula como *"deber ser"* de la misma.

"En realidad se trata de la totalidad de la cultura "docta" vehiculada por la institución escolar, que, tanto en sus variantes literarias o filosóficas como en aquellas médicas o jurídicas, no ha cesado de transmitir, hasta una época



reciente, unos modos de pensamiento y unos modelos arcaicos (...) y un discurso oficial sobre el segundo sexo en el que colaboran teólogos, legisladores, médicos y moralistas, y que tiende a restringir la naturaleza de la esposa, especialmente en materia de trabajo, en nombre de su naturaleza “pueril” y necia (...)”. (2000, pág. 109)

Veremos más adelante, en el apartado de análisis discursivo, de qué manera esto que plantea Bourdieu se lleva a cabo. Para ese análisis también es importante agregar que para este autor la mujer, en la actualidad, aporta una contribución decisiva a la producción y reproducción de la familia al manifestar, por todo lo que concurre a su apariencia –cosmética, ropa, mantenimiento, etc. – el capital simbólico del grupo doméstico.

“Por ello se colocan del lado del aparentar, del gustar. (...) Al estar así socialmente inclinadas a tratarse a sí mismas como objetos estéticos y, en consecuencia, dirigir una atención constante a todo lo que se relaciona con la belleza y con la elegancia del cuerpo, de la ropa y del porte, ellas se encargan con absoluta naturalidad de todo lo que se refiere a la estética y, más ampliamente, de la gestión de la imagen pública y de las apariencias sociales de los miembros de la sociedad doméstica...”. (2000, pág. 123)

Acerca de los discursos sociales

Para llevar adelante este trabajo se analizarán discursos que circulan dentro del marco social. En este sentido es importante retomar la posición de Eliseo Verón



sobre los discursos y la producción de sentido. Este autor será citado y analizado a través de todo el trabajo. Nos interesa de él su concepción sobre el sentido y su circulación a través de los discursos que forman parte de lo social.

Además, se retomarán de él y sus teorías conceptos como las regularidades, el contrato de lectura, los criterios de gramaticidad, etc., para poder analizar el discurso de la Revista Para Ti sobre el tema de la edad y el paso de los años.

Eliseo Verón agrega a la teoría de los signos un componente social, de producción de sentido. El habla de “discursos” que son construcciones producidas socialmente, portadoras de sentido y sostenidas por diversos soportes materiales.

“Una teoría de los discursos sociales reposa sobre una doble hipótesis...:

- a) Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas.*
- b) Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis (...). Toda forma de organización social, todo sistema de acción, todo conjunto de relaciones sociales implican una dimensión significativa: las ‘ideas’ o ‘representaciones’... “ (Verón, 1987:125)*

Verón plantea la necesidad de introducirse dentro de la “red semiótica” para realizar un análisis discursivo.



"Por semiosis social entiendo la dimensión significativa de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis social es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido" (Verón, 1987:125).

Este es el trabajo que aquí se plantea, acceder a las significaciones que circulan en la sociedad a partir de hacer un recorte y una selección de un corpus específico para poder acceder a los sentidos producidos.

"El acceso a la red semiótica siempre implica un trabajo de análisis que opera sobre fragmentos extraídos del proceso semiótico, es decir, sobre una cristalización... Se trabaja así sobre estados, que sólo son pequeños pedazos del tejido de la semiosis que la fragmentación efectuada transforma en productos. La posibilidad de todo análisis del sentido descansa sobre la hipótesis según la cual el sistema productivo deja huellas en los productos y que el primero puede ser (fragmentariamente) reconstruido a partir de una manipulación de los segundos. Dicho de otro modo: analizando productos apuntamos a procesos." (Verón, 1987:124).

Y en el trabajo analítico, siguiendo con Verón, es importante aclarar que lo que se busca no es el análisis intrínseco del discurso como producto en sí sino las relaciones con la sociedad que en él se pueden dilucidar:

"Los 'objetos' que interesan al análisis de los discursos no están 'en' los discursos; tampoco están 'fuera' de ellos, en alguna parte de la 'realidad social objetiva'. Son sistemas de relaciones: sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación, por una parte, y con sus efectos, por otra." (Verón, 1987:128).



Otro autor de suma importancia para este análisis es Michel Foucault. Este autor, en su texto *El orden del discurso* (1970) plantea que el 'discurso', al que se suele entender como mero "medio" de comunicación, como simple transmisor de información desde el autor hacia el público, supone en realidad una noción material: que el mismo discurso es ya información, que no es un mero transmisor sino que su producción está complejamente regulada de acuerdo a intereses, y que su objeto no es el simple mensaje que el autor quiso lanzar, sino que todo el proceso discursivo (incluyendo figuras tan "naturales" como la del propio 'autor') está lleno de implicaciones y de formalizaciones concretas de las relaciones saber-poder, para nada naturales sino que responden a intereses concretos que tratan de "ocultarse" tras esa aparente "ingenuidad", "inocencia" de todo 'discurso' en tanto que realidad material. Las revistas Para Ti están superpobladas de frases como "guerra a la edad", "borrar marcas del paso de los años", "cremas antiarrugas", "antiage", "rejuvenecimiento", todas ellas, actúan claramente por y para ciertos intereses y dentro de una sociedad y una cultura con características específicas que así lo permiten. Estamos acostumbrados a encontrar este tipo de palabras o notas dentro de diferentes medios y es por esto que este sentido ya "naturalizado", da la sensación de ser la única forma de interpretar la realidad y, al mismo tiempo, genera la necesidad, como consumidores que somos, de satisfacer ese mandato social que es la búsqueda del "cuerpo bello y joven".



Otra de las consideraciones a tener en cuenta al hacer un trabajo de análisis discursivo es que entendemos a los discursos como formando parte de un entramado social, de lo que Verón llama la "semiosis social". Para poder pensar y analizar los diferentes discursos, entendemos que es necesario ir más allá del autor del producto discursivo, evitar esa clausura. En este sentido, Roland Barthes en su texto "La muerte del autor", plantea la necesidad de separar la obra del autor del texto para poder entender y descubrir su riqueza. Postula que un texto permite apertura, es una red que conecta con muchos discursos anteriores y posteriores y que, por el contrario, con la reducción a la obra de autor el discurso es clausurado.

"Hoy sabemos que un texto no está constituido por una fila de palabras, de las que se depende un único sentido sino por un espacio de múltiples dimensiones en el que se concuerdan y contrastan diversas escrituras, ninguna de las cuales es original: el texto es un tejido de citas provenientes de los mil focos de la cultura" (Barthes, R. "La muerte del autor", Paidós, Barcelona, 1987, página 69)

En esta misma línea argumentativa se encuentra Mijail Bajtin con su concepción dialógica de los géneros discursivos; la concepción bajtiniana de los géneros literarios y los procesos que se dan en la literatura es dialógica, se funda en el diálogo y en la forma en la que el proceso de comunicación (que nunca es unívoco y monológico) se desarrolla.

Más allá de una teoría unificada de la literatura, el pensamiento de Bajtin constituye una reflexión siempre cambiante y evolutiva sobre esta, ya que considera que la idea de "sistema" o "teoría" es en sí misma contraproducente,



pues limita un fenómeno dialógico y dinámico a marcos. Su pensamiento supone una innovación respecto al carácter discursivo unidireccional, impositivo y dominador de la retórica clásica y alumbra una construcción participativa, integradora, social, en la que cabe la diversidad, la multiplicidad de voces y el escenario 'polifónico'.

Acerca del concepto de discurso, creo importante retomar otro de los aportes que hace a este tema Michel Foucault. Para el autor el discurso es encargado de la formación de los objetos.

"No se debe tratar a los discursos como conjuntos de signos sino como prácticas que forman sistemáticamente los objetos de que hablan. Es indudable que los discursos están formados por signos; pero lo que hacen es más que utilizar esos signos para indicar cosas. Es ese más lo que los vuelve irreductibles a la lengua y a la palabra. Es ese más lo que hay que revelar y describir" (Foucault, Michel, "La formación de los objetos" en Verdad y Poder. Microfísica del poder, Madrid, La piqueta, 1979 páginas 80 y 81).

Para Foucault, el poder no está en un lugar exclusivo, el poder está imbricado en lo discursivo dentro de la sociedad. El poder, para él, pasa por diferentes lugares, se disputa entre todos los individuos en la cotidianeidad. La importancia que tiene esta instancia reside, para el autor, en el hecho de que ésta no sólo excluye y reprime sino que, además y sobretodo, genera y construye prácticas, tiene la capacidad de producir y de crear.

Según este autor, la verdad es una construcción social que está institucionalizada. La verdad es un efecto, no existe en sí, sino como algo histórico,



social, producto y efecto de luchas sociales. Las creencias sociales, desde Foucault, no tienen la verdad, no llegan al fin absoluto y esencial de las cosas sino que son construcciones que buscan imponer sentido, excluir y producir valores y significaciones.

Acerca de la “sociedad de la imagen” y el papel de la mirada

“Las historias de los cuerpos parecen a menudo limitarse a la percepción plana de la corporalidad, percepción que se presenta como eximida de las determinaciones del dispositivo de observación. Sin embargo, el acceso a la corporalidad se presenta como un encastramiento complejo de instancias de realización. La imagen “plana” del cuerpo se complejiza; según Eliseo Verón, “Toda imagen es, a la vez, icono, figura aislable que obedece a la similaridad, a la sustitución, y espacios de deslizamientos metonímicos. El enlace de la figura al tejido del cuerpo significante (...) jamás desaparece por completo (...). Sobre esta estructura compleja, compuesta de un tejido metonímico de contactos intercorpóreos empobrecido por obra de los “puntos de fijación” icónicos, llega finalmente a injertarse la matriz del lenguaje” (Verón 1987: 147-148); esta múltiple representación de la corporalidad va a poder ser recuperada a través del trabajo de análisis.” (Steimberg, Oscar y Traversa, Oscar - Figuraciones 1-2 “Memoria del arte, memoria de los medios”, Asunto Impresiones, Buenos Aires, 2003. Pág.181)

Es importante pensar en las características de la sociedad y cultura de la que formamos parte. Actualmente, los medios tienen un rol fundamental en el sistema



social ya que desde ellos conocemos y “vemos” mucho de lo que acontece en el mundo en el que vivimos. En este marco, donde lo audiovisual cobra cada vez mayor protagonismo, se plantea una particular forma de “mirada” que es preciso entender y analizar. Para ello es interesante rescatar distintas afirmaciones de autores que estudiaron el tema.

“Si nos remitimos a la mirada – (...) - podríamos decir que lo que singulariza a esta “era” es justamente la aparición: el verlo todo (...) desde los acontecimientos más terribles hasta las escenas más recónditas de la intimidad. Así la “revolución tecnológica”, como se ha dado en llamar, provee cada vez nuevos medios para desplegar esta pasión desorbitada de “ver” – ligada, quizá no con toda justicia, al conocer -, como una especie de “ojo universal”, omnisciente, que no solamente llega – con las cámaras de toda especie- cuando se produce el acontecimiento sino que está siempre allí, alerta, para mostrarlo todo en su desencadenamiento, aunque este sea tan inesperado como inimaginable (...)”. (Arfuch, Leonor. “Las subjetividades en la era de la imagen” en *Educación la mirada, Políticas y Pedagogías de la imagen*, Pág.76⁴).

Sobre este aspecto David Le Breton, en su libro “Antropología de la modernidad”⁵ afirma que:

“Más allá de los ruidos y de los olores desagradables, la experiencia sensorial del hombre de la ciudad se reduce, esencialmente, a lo visual. La mirada, sentido de

⁴ - Dussel Inés y Gutierrez, Daniela (compiladoras). –*Educación la mirada: políticas y pedagogías de la imagen*. Manantial, FLACSO, OSDE, Buenos Aires, 2006.

⁵ -Le Breton, David. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1990.



la distancia, de la representación, incluso de la vigilancia, es el vector esencial de la apropiación que el hombre realiza de su medio ambiente.”(1990, pág. 105).

Llegamos a la conclusión de que la mirada, el ver, es hoy la forma primordial de acceder a lo que se presenta ante nosotros. La imagen cobra fundamental importancia y como tal se valora por sí misma, sin muchas veces llegar a lo más profundo, a lo que hay más allá.

El libro “Educar la mirada”, es una compilación sobre distintos trabajos que analizan la mirada y la primacía de la imagen en esta época contemporánea. Uno de estos escritos, plantea que hay una nueva forma de pensar a la intimidad que fue inundada por los medios de comunicación. Es importante retomar este aporte para pensar de qué manera influyen los medios induciendo formas de vivir y hacer hasta en la vida íntima de los seres humanos.

“En lo que hace a la escena íntima, son los medios de comunicación los que han tomado a su cargo, de modo prioritario, la construcción pública de una nueva intimidad, que se ofrece como un consumo cultural fuertemente jerarquizado. (...) La interioridad física y emocional se cultiva tanto desde la salud – cuyo desfile de “expertos” es abrumador- como desde la gimnasia, la meditación, el yoga y toda suerte de “tecnologías” próximas del foucaultiano “cuidado de sí”, incluida, por supuesto, la confesión de los más íntimos pecados (de los otros)”. (pág.78)

En este terreno es también la publicidad quien tiene a su cargo el proponer formas y modelos de vida acorde a los dictámenes del consumo:



“Un “deber ser” tomado a su vez a cargo por la publicidad, uno de los rubros más significativos en cuanto a la configuración de la intimidad, que opera transversalmente – y valorativamente- en todos los registros: la casa/hogar y la serie ilimitada de sus implementos, las delicias de la vida familiar, los sentimientos de identificación y pertenencia – grupal, barrial, nacional, generacional –, la identidad personal y la relación con los otros, las imágenes idealizadas – sexuales, corporales, profesionales-, las agresiones, las pulsiones, los ritos de pasaje y sobre todo esos “rasgos típicos”, reconocibles, “virtudes y defectos” que hacen a un imaginario común.” (pág. 80)

Por último, es interesante la visión que propone Regis Dubray sobre el papel de la mirada en el libro “Vida y muerte de la imagen”:

La mirada ordena lo visible

“Se habrá comprendido que no hay, de un lado, la imagen, material único, inerte y estable, y de otro, la mirada, como un rayo de sol móvil que viniera a animar la página de un libro grande abierto. Mirar no es recibir, sino ordenar lo visible, organizar la experiencia. La imagen recibe su sentido de la mirada, como el escrito de la lectura y ese sentido no es especulativo sino práctico. (...) La evolución conjunta de las técnicas y de las creencias nos va a señalar tres momentos de lo visible: la mirada mágica, la mirada estética y, por último, la mirada económica. La primera suscitó el ídolo; la segunda el arte; la tercera lo visual. Más que visiones, ahí hay organizaciones del mundo”. (Regis Dubray -Vida y muerte de la imagen Historia de la mirada en Occidente, Paidós Comunicación, Buenos Aires, 1992, Págs. 38 y 39).



Acerca del cuerpo y la modernidad

Al hablar de la guerra a la edad estamos entrando en un tema directamente relacionado con las formas y estados corporales, es interesante entonces en este punto, retomar afirmaciones del autor David le Breton sobre la relación entre el cuerpo y la modernidad.

Para él, las formas de concebir al cuerpo son construcciones que se van dando a lo largo del tiempo y están ligadas a ciertas simbolizaciones que recorren lo social. Son construcciones, no deben ser entendidas como realidades en sí mismas.

“Las representaciones sociales le asignan al cuerpo una posición determinada dentro del simbolismo general de la sociedad. Sirven para nombrar las diferentes partes que lo componen y las funciones que cumplen, hacen explícitas sus relaciones, penetran el interior invisible del cuerpo para depositar allí imágenes precisas, le otorgan una ubicación en el cosmos y en la ecología de la comunidad humana. Este saber aplicado al cuerpo es, en primer término, cultural. Aunque el sujeto tenga solo una comprensión rudimentaria del mismo, le permite otorgarle sentido al espesor de su carne, saber de qué está hecho, vincular sus enfermedades o sufrimientos con causas precisas y según la visión del mundo de su sociedad; le permite, finalmente, conocer su posición frente a la naturaleza y el resto de los hombres a través de un sistema de valores. El cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí misma”.



Para este autor la modernidad, nuestro tiempo, se caracteriza por plantear una relación específica con el cuerpo. Dice que en otros tiempos o en otras culturas, el hombre se relacionaba con el medio ambiente y la comunidad de la que formaba parte siendo eso precisamente, una parte constitutiva, una parte más.

“Los canacos no conciben al cuerpo como una forma y una materia aisladas del mundo: el cuerpo participa por completo de una naturaleza que, al mismo tiempo, lo asimila y lo cubre (...) se establece una intimidad, una solidaridad entre los hombres y su medio ambiente”. (Le Breton, 1990, pág. 17)

Sin embargo, a partir de la época moderna se produce un quiebre en esta forma de concebir al cuerpo que hace que pase a ocupar un lugar privilegiado y específico, de sumo cuidado, se transforma en el lugar del aparentar, es un objeto de valor y de consumo.

“El cuerpo moderno pertenece a un orden diferente. Implica la ruptura del sujeto con los otros (una estructura social de tipo individualista), con el cosmos (las materias primas que componen el cuerpo no encuentran ninguna correspondencia en otra parte), consigo mismo (poseer un cuerpo más que ser su cuerpo). El cuerpo occidental es el lugar de la cesura⁶, el recinto objetivo de la soberanía del ego. Es la parte indivisible del sujeto, el “factor de individuación” (E. Durkheim) en colectividades en las que la división social es la regla.” (Le Breton, 1990, Pág. 8).

El autor habla además de la aparición del capitalismo y sus consecuencias en la forma de concebir al cuerpo y sus necesidades como lugar de consumo.

⁶ Cesura: Según el diccionario El Mundo de España (www.elmundo.es) es la sílaba final en una palabra que termina un pie y comienza otro.



"Un nuevo imaginario del cuerpo surgió en los años 60. El hombre occidental descubre que tiene un cuerpo y la noticia se difunde y genera discursos y prácticas marcados en el aura de los medios masivos de comunicación. El dualismo contemporáneo opone el hombre y el cuerpo. Las aventuras modernas del hombre y de su doble hicieron del cuerpo una especie de alter ego. Lugar privilegiado del bienestar (la forma), del buen parecer (las formas, body building, cosméticos, productos dietéticos, etc.), pasión por el esfuerzo (maratón, jogging, windsurf), o por el riesgo (andinismo, "la aventura", etc.). La preocupación moderna por el cuerpo en nuestra "humanidad sentada", es un inductor incansable de imaginario y de prácticas, "factor de individualización". El cuerpo duplica los signos de la distinción, es un valor." (Le Breton, 1990, pág.9).

"La noción moderna de cuerpo es un efecto de la estructura individualista del campo social, una consecuencia de la ruptura de la solidaridad que mezcla la persona con la colectividad y con el cosmos a través de un tejido de correspondencia en el que todo se sostiene." (Le Breton, 1990, Pág. 15)

Acerca de los signos de la vejez

"La vejez es actualmente ese "continente gris" en el que vive una población indecisa, un poco quimérica, perdida en la modernidad. El tiempo ya no le sirve a la experiencia ni a la memoria. Tampoco al cuerpo gastado. El anciano se desliza lentamente fuera del campo simbólico, deroga los valores centrales de la modernidad: la juventud, la seducción, la vitalidad, el trabajo. Es la encarnación



de lo reprimido. (...) imagen intolerable de un envejecimiento que alcanza a todo en una sociedad que tiene el culto de la juventud y que ya no sabe simbolizar el hecho de envejecer o de morir". (Le Breton, 1990, pág. 142).

David Le Breton, afirma además, que en este juego de lo moderno y el cuerpo y por esta relación se produce un rechazo a todo lo que tenga que ver con los signos que están fuera de las marcas y formas proclamadas por la publicidad y los modelos.

La vejez, deja de ocupar en la modernidad el lugar de la sabiduría y el entendimiento. No es ya un lugar deseado donde el ser humano anhela llegar sino el lugar del olvido, del corrimiento hacia la sombra, del dejar de "servir" o "funcionar" en la sociedad.

Entre estas marcas se encuentran, por ejemplo, las que dejan en evidencia el paso del tiempo, el envejecimiento del cuerpo:

"Si antes los hombres envejecían con el sentimiento de seguir el camino natural que los llevaba a un reconocimiento cada vez mayor, el hombre de la modernidad combate todo el tiempo las huellas de la edad y tiene miedo de envejecer por temor a perder su posición profesional y a no encontrar empleo o espacio en el campo comunicativo". (Le Breton, 1990, pág.143)

En esta lucha por mantener la juventud o la apariencia de juventud es común que las personas dejen de valorar o dar importancia a cuestiones fundamentales como la familia, las amistades, disfrutar de la vida y de cada una de las etapas



que la conforman. Esta realidad es descripta por la autora Silvia Obiols Di Segni en su libro *“Adultos en crisis, jóvenes a la deriva”*⁷:

“También hay quienes parecen haberse excedido en un intento por mantener las características que la época valora. A veces, con buenas cirugías, dieta, gimnasia y sol, logran apreciables resultados, sólo posibles para viejos con dinero. Otras veces lo consiguen de una forma que parece caricaturesca, con exceso de maquillaje y ropas juveniles en cuerpos muy envejecidos o con una actitud en exceso seductora en hombres que caen en el calificativo de “viejos verdes”. Aún en los casos mejor logrados, estos intentos de rejuvenecimiento muestran un aspecto patético: la incapacidad para aceptar lo inevitable de la vejez, que queda expuesta crudamente cuando junto a una cara perfectamente estirada aparece una mano tan arrugada y manchada que parece pertenecer a otra persona. Estos viejos, no aceptan serlo y suelen renegar de todo lo que la sociedad delega en ellos como tales, tanto lo malo de la vejez como lo bueno. Se corren del lugar de abuelos, no les gusta que los llamen con ese nombre sino con su nombre propio, no quieren tener amigos “viejos” sino que intentan acercarse como fuere a las generaciones más jóvenes y ser aceptados.” (Obiols, 2002, pág.33)

⁷ - Obiols Di Segni, Silvia. *Adultos en crisis, jóvenes a la deriva*. Centro de publicaciones educativas y material didáctico, Buenos Aires, 2002.



Acerca del papel de los medios

Los medios de comunicación producen noticias que construyen una parte de la realidad social y que tienen como función dar información sobre los acontecimientos que ocurren en la sociedad, además de posibilitar a las personas conocer el mundo al que no tienen acceso directo. Pero la noticia está anclada en un contexto sociocultural determinado, la comunicación “es un proceso de construcción de sentido históricamente situada” (Martini, 2000: 17). En cada época histórica la información ha sido construida y consumida de distintas maneras, determinadas por la relación existente entre comunicación, cultura, medios, el mundo de la política y la sociedad.

Los medios, cada vez con más fuerza, tienden a ocupar un espacio socializador importante dentro de la sociedad:

“En una sociedad laica, en cuanto a ideas y valores se refiere, los media tienden a imponerse a las influencias iniciales de la escuela, la religión y de los padres, hermanos y compañeros. Así, pues, dependemos mucho de los medios de comunicación para elaborar gran parte de nuestro “entorno simbólico” (las imágenes que llevamos en la cabeza), por mucho que seamos capaces de configurar nuestra propia versión personal”. (Mc. Quail, Denis. *La comunicación de masas como proceso a escala de toda la sociedad: mediación de las relaciones sociales. En Introducción a la teoría de la comunicación de masas.*, Paidós, 3ª edición revisada y ampliada, Barcelona, 2000, pág. 116).



Las palabras de Denis Mc. Quail son interesantes para pensar la relevancia de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas.

Es importante situar a los medios en el verdadero lugar que ocupan. Sabemos que hoy en día, los medios son el espacio que nos “muestra” lo que pasa en la ciudad, en el país y en el mundo a diario y deben concebirse como reales agentes educativos dentro de la sociedad. Para ello, hacen un recorte que obedece a ciertos aspectos, intereses, criterios de los cuales no siempre somos concientes. Este recorte va moldeando de a poco nuestra forma de ver y percibir nuestra propia realidad y, al mismo tiempo, obedeciendo a la lógica comercial del consumo y la publicidad, va creando en nosotros necesidades específicas que buscamos satisfacer.

Héctor Borrat analiza la importancia de este rol de los medios como educadores y fuentes de información:

“Tanto en el proceso de adquisición y transmisión de información como de saberes los medios juegan un papel fundamental, hasta el punto que son referentes esenciales en el ámbito educativo a la hora de obtener una determinada conceptualización del mundo. Se han convertido en vehículos básicos y en los principales impulsores de circulación del conocimiento, y, por ello, juegan un rol imprescindible en la educación no formal a la hora de seguir nuestras pautas culturales. (Borrat, Héctor y Mar de Foncuberta. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*, La Crujía, Buenos Aires, 2006. Pág. 25).

