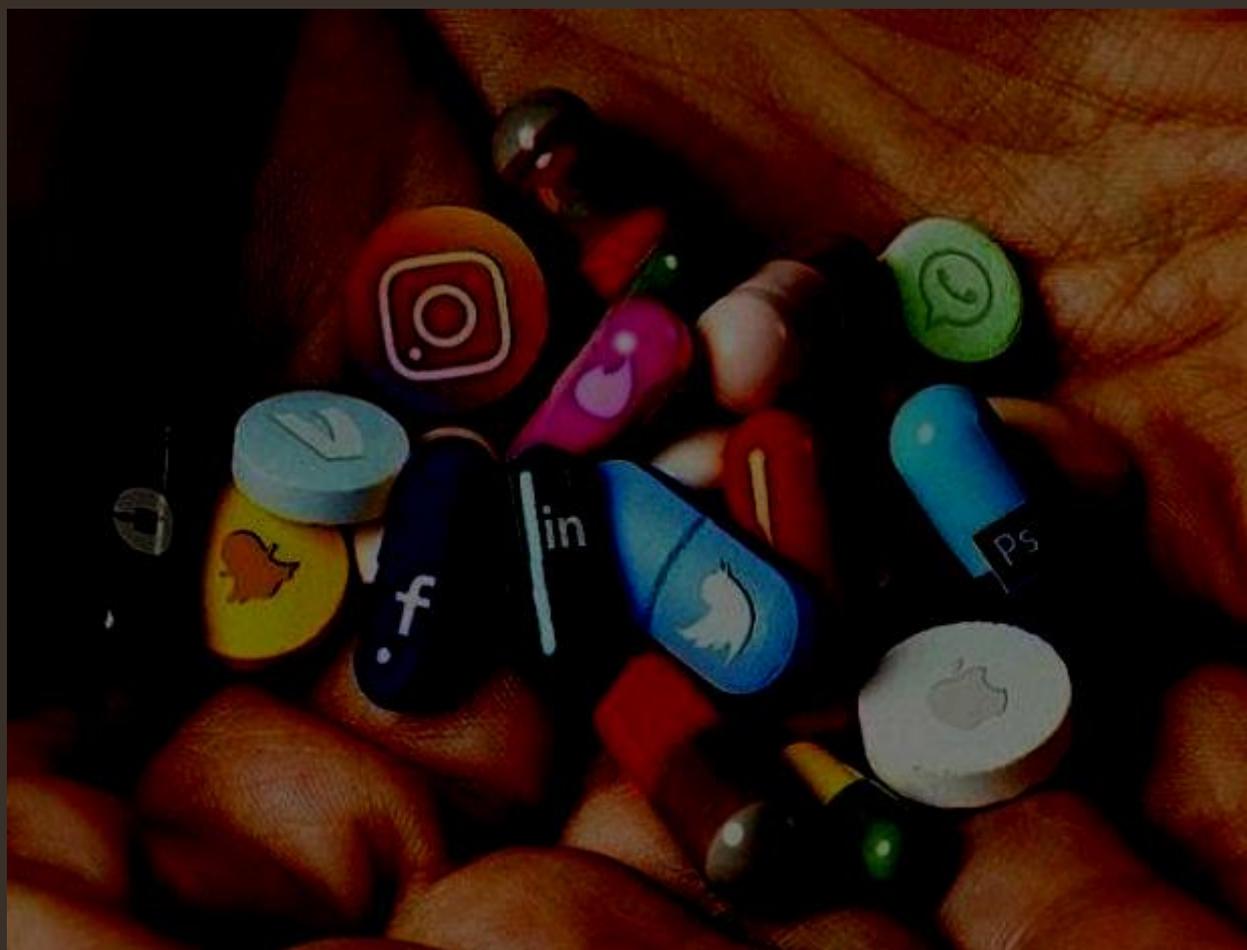


PATOLOGIZAR ES EL MEDIO, SUS ANALGESIAS LA RED.

MATILDE SOSA



El mercado de la comunicación y la salud, como campos asociados.

Con el título Patologizar es el medio y sus analgesias la red, disparamos a modo de provocación crítica, la introducción paradójica con que señalamos aquella articulación hegemónica entre el campo de la comunicación y el de la salud, toda vez que es regida por la rentabilidad y el mercado.

La frase “el medio es el mensaje”, a partir de los 60´ fue santificada por el mercado, pues los milagros que su mercantilización conseguiría serían inigualables en ganancias. Así el paradigma de los medios, en clave de comunicación masiva, regirá prontas expansiones y alianzas estratégicas hacia el Modelo Médico Hegemónico, quien privilegiará al paradigma en virtud de la masividad que le aporta, y que ambos mercados necesitan para consolidar su posición dominante.

los sectores capitalistas y financieros del complejo médico-industrial, especialmente las farmacéuticas, han apostado con sus estrategias de marketing, mercadeo y penetración comunicacional masiva, a la optimización de los procesos de producción subjetiva social para generar demanda de consumo

La frase que problematizo respecto el medio como mensaje, pertenece al controvertido teórico de los medios Marshall Mac Luhanii, antes del advenimiento de la internet en la década de los sesenta, el teórico consideró que todo medio tecnológico (entonces radio, tv, cine, etc.), funcionaría como una extensión del cuerpo, mente o ser, es decir, como extensiones de esas habilidades humanas. La teoría hace cierto paralelismo con los orígenes de la rueda, como gran invento de la humanidad (3500 aC) al extender la habilidad motora de los pies, de modo que luego, la computadora, será una extensión del sistema nervioso central humano según perspectiva del teórico.

Su otro concepto, aldea globaliii, escalará consecuencias socioculturales dada la expansión y concentración de medios masivos (hoy amplificado por vía de la expansión digital y sus tecnologías) pero sigue en pie desde los finales de los 60, como si esa comunicación masiva; de una aldea se tratara, en virtud de la cercanía y proximidad que el teórico le supone a su inmediatez a escala global.

Su celeberrimo paradigma teórico, no sin cuestionamientosiv o adhesiones fundamentalistas de mercado, abrirá paso a otra semantización paradigmática y hegemónica que, por globalización, conocemos y surge consustancial a la economía política de la comunicación, ya que ha entrado a formar parte de la acumulación de capital, en tanto factor básico de la teoría y la práctica del neoliberalismo.

Por su parte en este binomio modélico articulado, los sectores capitalistas y financieros del complejo médico-industrial, especialmente las farmacéuticas, han apostado con sus estrategias de marketing , mercadeo y penetración comunicacional masiva, a la optimización de los procesos de producción subjetiva social para generar demanda de consumo, pues son los que, mayormente, tienen en sus manos la transformación y consolidación del actual modelo médico hegemónico en disputa como campo, para definir posición dominante.

Razón por la que hablaremos de Campo de la Salud ,como así también de Campo de la Comunicación , basándonos en la noción bourdeanav “los campos son mercados para capitales específicos” espacios en el que diversos actores, luchan por la consolidación o por la apropiación de capitales en juego (económicos, sociales, culturales, simbólicos) y en función de ello profundizan,

dan continuidad o producen rupturas, a través de modalidades de adhesión, colaboración (cosolidarios) o de confrontación, que terminan por definir posiciones dominantes y hegemónicas o de subordinación al interior del campo según el binomio del que nos ocupamos.

Cuando hablamos de Modelo Médico Hegemónico es desde la conceptualización del Dr. Eduardo Menéndez quien acuñara esa construcción teórica MMH también desde finales de la década de 1960. Entre sus características referiremos algunas de las más evidentes tales como biologismo, individualismo, mercantilismo, eficacia pragmática, asimetría en la atención médico paciente, signada por el autoritarismo, cuanto más en evidencia, gracias a las luchas feministas por el parto respetado, o las luchas por el respeto a las disidencias no binarias en la atención de salud a la comunidad LGTB+, el rechazo a la sujeción de la persona padeciente al supuesto saber cientificista por sobre su propia singularidad, siendo este quien lleva su dolencia, su participación por tanto es subordinada y excluida su historicidad protagónica de su propio conocimiento ,como aporte en tanto padeciente, se lo convierte en un apenas un usuario del servicio.

La enfermedad “no solo es enfermedad; da cuenta de toda una serie de problemas que pueden ser, económicos, políticos ideológicos, incluso los delata”

La consulta por su parte, además del espacio territorial de lo que se conoce como consultorio, encuentra su toponimia legitimada jurídicamente, y de un modo regulado por variables como el mínimo tiempo de atención ya que el servicio así lo normativiza, para no salirse del sistema productivo, tanto en el efector de salud sea público o privado, etc. Menéndez afirmará que “Las enfermedades no son sólo padecimientos” para señalar que resultan “espías de las contradicciones del sistema”. La enfermedad, dirá,” no solo es enfermedad; da cuenta de toda una serie de problemas que pueden ser, económicos, políticos ideológicos, incluso los delata”vi.

Comunicar, informar. sanar, vender, consumir.

Es necesario hacer una pausa para señalar que, aunque sea conocida, queda inadvertidamente enmarañada una diferenciación sustancial con que las trasnominaciones hegemónicas mundiales semantizan lo informacional a lomo de lo comunicacional. A fin de encontrar entonces en el campo de la salud / salud psicosocial esas marcas que normativizan hegemónicas demanda y consumo masivo de lo “comunicacional” aportante a su mercado, iremos por el principio

y llamando a las cosas por su nombre; qué es información y qué es comunicación-

Como información interpretamos un proceso de transmisión que implica a dos polos no necesariamente humanos, por un lado, un emisor y por el otro un receptor, en única dirección de transmisión – es unidireccional. Hay transmisión desde quien emite, hacia quien recepta, no más secreto, acaso como un imput físico. De allí que en los orígenes de la televisión a los noticieros se les llamaba informativos., ya que se informaban sucesos.

Con base en la ingeniería de la información, no de las ciencias sociales, se dio lugar a lo que se conocerá como Modelo Difusionista de la Comunicación, cuyo esquema básicamente opera del siguiente modo: Emisor – mensaje – medios – receptor –retroalimentación. Este enfoque difusionista corresponde al paradigma de la modernización en donde la transferencia tecnológica se ha identificado con el desarrollo capitalista. Y, aunque escuche por la TV a cualquiera opinando, “debatiendo” simulando más bien, desde el lugar que le toca, en tanto oyente, telespectador, televidente, es único: el de la recepción. El acto al que es convocado desde un medio masivo de comunicación es puramente, un acto de información. En esa escena, aún simulen multiplicidad de voces, y opiniones no deja de ser informativo, es difusión, ya que, a esa escena, a Usted solo le toca su rol cual es el de la recepción de esa / esas informaciones, heterogéneas en su composición y naturaleza, en la psicología de penetración como verdad.

En cambio, a diferencia de la unidireccionalidad de un emisor y un receptor en la transmisión informativa, en la comunicación, concurre la reciprocidad humana -como proceso. Interpelemos entonces a la comunicación como esa dimensión de la Salud. Asimismo, la dimensión de su mercantilización a partir de la expansión de la Tecnología Digital, en tanto a la manera de Hollywood para el cine estadounidense, emerge Silicon Valley la hegemonía capitalista mundial complejo análogo al Complejo Industrial Médico Farmacéutico, del que conocemos sus nombres apenas abramos la alacena o el botiquín hogareño, o apenas se prescriban (cada vez más) estudios de alta complejidad, al costado su marca.

Este texto no supone una posición maniquea, pues como en la comunicación hay información y con la información digamos, se comunica, y para no llegar ad infinitum, consideramos que las especificaciones modélicas responden a su lógica: Modelo Instrumental o Modelo Relacional. Así el concepto de comunicación que maneja la transmisión de información es instrumental,

mientras que el concepto de comunicación que considera la producción social de sentido es el relacional ya que se nutrirá de diversos actores sociales, mientras que el difusionista que transmite información, es instrumental, solo requiere de un instrumento en que el emisor, es el único productor de información, con destino a quien recepte, sin interacción ni relación de intercambio. Este es el modelo de los *mass media*, medios de comunicación masiva y redes sociales, en tanto ambos, deniegan la interacción dialógica conversacional con tiempo y espacio humanos a fin de habitarla y percibir al otro en su alteridad, estremecerse por caso, emocionarse y abrazar o decidir corte y separación.

El hilo de Ariadna

Intentamos desovillar el hilo de Ariadna, para que nos conduzca en pasaje, a la salida de este laberinto, debemos atravesar el umbral del material del diseño de nuevas patologías, ya que, en paralelismo con el mito del minotauro, como símbolo, se patologiza la sombra, el vacío, en fin, ese estado anímico que estigmatizado el ser humano negativiza y oculta, aunque sepa de su insistencia en asomar.

En eje a lo comunicacional en la actualidad, pre y post pandémica el énfasis del enfoque preventivo sigue intensificándose notablemente en especial si nos enfocamos a nivel nacional, aunque básicamente se expresa a través de una muy extensa y rudimentaria nómina de cuidados de salud entre otras tantas medidas, no deja de tener un enfoque biologicista en tanto los conjuntos sociales quedan por fuera de su lógica relacional ya que conforman una abstracción amenazante, sin promover debates, diálogos, conversaciones, los barrios están descartados como plató de encuentros necesarios, socializantes. De modo disociado y muy fragmentario aparece tarde y después todo lo que concierne a la Salud Mental. Aún el lugar que se le otorga a lo distinto es la expulsión y/o su apropiación como parte de lo espectacular.

La potencia de la comunicación para construcción de nuevos sentidos respecto del cuidado de la salud / la salud mental / la salud psicosocial, está demorada, incomunicada tras los barrotes del miedo

Esta jerarquización de la comunicación massmediática -que deja por fuera habitar la comunicación como acción comunicativa por excelencia humana, permite un énfasis en la cultura de lo preventivo y el riesgo, que genera una demanda de intervenciones acotadas en eje a la salud, al consumo de recursos farmacéuticos y sanitarios y en eje a lo comunicacional, acotadas a la producción de piezas a emitir por los medios y receptor pasivamente por los ciudadanos.

La potencia de la comunicación para construcción de nuevos sentidos respecto del cuidado de la salud / la salud mental / la salud psicosocial, está demorada, incomunicada tras los barrotes del miedo. La conversación incluye lo vivencial en barrial devaluado , el saber popular , el saber ancestral , el saber de cada matriz cultural en la palabra hablada y escuchada , puede intentar mejorar las articulaciones entre los diversos actores sociales implicados en el cuidado de la salud y de los conjuntos sociales y en general pudiera poner en tensión y debate al rol del Estado, a las políticas públicas y los sistemas de atención, la fragmentación e inequidad , las legislaciones , el enfoque de derechos y muy especialmente los alcances y el impacto de la medicalización y la mercantilización en la actual configuración de la salud.

Habitar la comunicación

Habitar la comunicación, es acción, caminar y habitar como plazas al aire , espacios barriales, o como en el aroma ya se habita la añoranza de una casa querida, espacios de la añoranza geográfica y toponimias del alma, a pura acción comunicativa que sacude la soledad, esa soledad que amplifica los dolores en todo habitante de los suburbios más vulnerables de la propia mismidad que, provocados por la falta de un otro y con un frío de temblar, cruza umbrales en pasajes de salida hasta cantar, llorar, rezar, escribir, tramitar , salir en palabra, quizá ...

Allí adonde el mercado medicaliza, adonde patologiza con diseños de gran perversidad allí adonde esa variedad de sintomatologías obtura de modo fugaz que cancela la palabra que nombre el dolor, en tanto es aquello que nos pasa, en su eco y alteridad. Habitar la comunicación, dialógica y conversacional, ese encuentro de matrices culturales como efecto saludable, como la mano de un otro en el vínculo humano sin igual.

Habitar la comunicación que ante todo presupone el lenguaje que sea, como un medio dentro del cual tiene lugar un tipo de proceso de entendimiento y en cuyo transcurso los participantes, al relacionarse, se presentan unos frente a otros con pretensiones de validez que pueden reconocerse o puestas en cuestión.

Las sociedades están viviendo a través de la mercantilización de la salud, la aceleración del consumo o exclusión al alcance de tales bienes del mercado. La presión para convertir a la salud en un área prioritaria de rentabilidad capitalista es cada vez mayor Solo por mencionar algo de lo cotidiano por todos conocidos, mencionaremos los productos farmacéuticos, que le permite a grandes corporaciones multinacionales obtener enormes beneficios monopólicos

a través de los precios de los medicamentos, las patentes como es el vigente caso de las vacunas.

Habitar la comunicación en cualquier consultorio con el profesional de la salud, será conversar, no solo recibir la prescripción

En cambio, en la comunicación deshabitada, informa el mercado, y entra la tecno comunicación, muda a la comunidad ilusoria, al habitante de los suburbios más vulnerables de la mismidad que le duele. Por vía de la manipulación sustitutiva de la falta, de esa incompletud, de eso que hay en falta, del motor deseante del vivir universal en la constitución psíquica del sujeto, como objeto del biologismo, patologiza, señala, estigmatiza en su oscuridad, muda y negativiza, hasta que finalmente como rayo fugaz la operación cancelatoria por vía de la analgesia: dame like, dame más. La comunicación deshabitada, priva de empatía, la alteridad del padecimiento. La masividad aporta demanda y la respuesta tecnológica le otorga un mensaje sociocultural en analgesia, instalado por el mercado

La masificación de las TIC (tecnologías de información y comunicación) y todos sus servicios de alta tecnología, las encontrará, así, como al abrir la alacena se encuentra la caja del remedio con la marca del laboratorio que en la farmacia se expenderá una vez y otra vez más. Así las marcas con sedes en Silicon Valley; proveen cual laboratorio la sintomatología de diseño con la analgesia cancelatoria del dolor. Es evidente que debemos considerarlas en las relaciones de poder dominante.

Patologizar el orden simbólico, intervenirlo con síntomas de diseño.

La Hegemonía comunicacional, le da una vuelta de rosca al mercado del Modelo Médico Hegemónico. Los hegemonismos médicos y comunicacionales normativizan y patologizan subjetividades, pero ya ni siquiera como considerara Mac Luhan en tanto prolongaciones /extensiones del cuerpo. Sino que señalamos ya no se trata del cuerpo que hay, sino de patologizar lo que hay en falta e incompletud. Ese orden simbólico, esa emergencia, esa zona de expulsión, la ausencia y la falta.

La hegemonía comunicacional nos transmite la importancia del modo, manera y circunstancia en el que la sustitución (ilusoria) de que la angustia puede obturarse. Nos instala prótesis y recursos, sus mercancías, para que entonces el dolor tenga una gestión exprés, sin tramitar sea una deriva tuiteada, luego algoritmo del Big Data.

Las TIC no duelen, aunque se suponga que ahí está instrumentalizada mi comunicación con el otro cancelado en su alteridad, dada su imposibilidad de

reciprocidad receptiva, recíproca, empática. Ese otro cancelado en su alteridad en la que le duele lo psíquico queda afuera de la trama, como los locos al manicomio, opera la expulsión Excepto la analgesia entre en la red y opera la apropiación del orden simbólico la ausencia, la falta, la emergencia de eso que no hay.

Nuevas sintomatologías, en donde el dolor psíquico biologizado se circuita en analgesias rizomáticas, en un loop de información con progresión de hashtags que garantizan ir por más adhesiones. La desviación del tratamiento de la angustia, positivizando su carga en un cotidiano, de 24 horas cancelatorio, tan simple, con el dedito pulgar levantado, “dame like “, y cuantos más, supone mayor comunidad, dado que se patologiza la falta de incompletud, se corre del estigma social. ya que tiene muchos seguidores / amigos.

Esto es la apropiación de la información subjetiva constitutiva y universal del sujeto, en su común soledad, que una vez patologizada, en su más íntima singularidad, en su más sensible emocionalidad, en imput de algoritmos, van a producir en cada momento del ciclo de vida codificando secuencias del Big Data y adhesión social al consumo.

De tal modo interviene la ausencia y la falta, el orden simbólico, las subjetividades constitutivas como, las que acaso anidan en la literatura para referir a los materiales del espíritu humano, los problemas del alma le llamarán algunos poetas, los conflictos consigo mismo dirán otros, nos referiremos desde el psicoanálisis a la falta, por ejemplo, la incompletud acaso y las patologiza. En esa zona de exclusión pulsional, como matrix, en conversión ilusoria diseña el consumo que ofrece corregir el malestar.

Desde la falta y la incompletud existencial, al patologizarlas, sintetiza “el síntoma de diseño” por excelencia, en virtud de mercado global, mercantiliza la ilusión de mitigar sus efectos.

La analgesia psíquica o la función de prótesis “prêt à porter” para que cada sujeto la tenga “lista para usar” al alcance de la mano adonde su estructura le quepa, a un clic del encendido de la Notebook, e dispositivo o la Tablet en la porosidad del padecimiento, como asunto medicinal

Lacan contrasta la falta de ser, relacionada con el deseo, con la falta de tener-que se relaciona con la demanda. La articulación hegemónica de sus modelos comunicacional y de salud, sintetiza el contraste lacaneano; patologiza en el mismo diseño ambas con información para la multiplicidad de síntomas que subrogará la comunicación masiva dominante.

Cambiar la pregunta

Raymond Williams, considera que las comunicaciones son una forma de relación social, y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales. El dominio totalizador que aplana disidencias y expulsa desigualdades interviene las instituciones violentamente, por tanto, tampoco excluye las instituciones sociales.

Patologizar , la falta , el vacío finalmente los estados emocionales , ha de ser la apropiación de una dimensión psíquica de nuestra subjetividad en manos del mercado tecno comunicacional a fin de reversionar síntomas, denegándolos , estigmatizándolos a lomo de la ilusión cancelatoria que provee , un millón de amigos sin esa patología ya que por vía del supuesto optimismo: está todo bien, dame , like, dame más , esa patologización de diseño que ofrece obturar el dolor psíquico , en especial el de la soledad , tiene estandarizada su duración en un tiempo tan fugaz como el efecto de una dosis de paco , pues la adicción que produce su corto efecto obliga al consumo reiterado e ir por más y una mejor tecnología que provea mejor virtualidad . Atento además que, en el contexto neoliberal, el único tiempo es para la producción.

La actual revolución digital acelera, en tiempo y alcance la mercantilización de la medicina en tanto la patologización de aquello que se conoce como dolor psíquico que pide su tramitación, es encubierto por cancelación medicinal

La patologización de lo anímico , en tanto falta y motor del deseo , el dolor necesario de la angustia decisional , existencial, como el duelo , la tristeza que acarrea cualquier pérdida , laboral , política , social , de la mascota y o del lugar ,rediseña esas lógicas tanto en la singularidad , como en su relación con un otro , esa alteridad es la versión del nosotros ausente que atraviesa las lógicas maximizadas para el consumo de esas tecnologías, pero como parte de un modelo global de organización del poder dominante que tiene para el distinto /en tanto padece su dolor el lugar de la exclusión , o el de la apropiación , regulado , en este caso por el sentido comercial o mercantil de los campos que tratamos.

Si bien el impacto social sufrido por la rápida expansión de la medicalización puede ser considerada como una de las transformaciones centrales ocurridas desde la revolución industrial. La actual revolución digital acelera, en tiempo y alcance la mercantilización de la medicina en tanto la patologización de aquello que se conoce como dolor psíquico que pide su tramitación, es encubierto por cancelación medicinal.

Por tanto , esta instancia apropiatoria del orden simbólico supera a lo que conocemos como venta de enfermedades y tratamientos, que si bien sigue siendo parte muy importante del negocio , esta vuelta de mercado desde la supuesta comunicación que aportan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación muestran la cara más siniestra de Silicon Valley ya que construye patologías de diseño con esas oscuras partículas de nuestro ADN subjetivo y generalmente la naturaleza humana se esfuerza en ocultar.

Atahualpa Yupanqui en la poesía de su canción enunciaba yo tengo tantos hermanos que no los puedo contar, en cambio en esta fase apropiatoria capital - de la subjetividad *a la* amistad se la tiene solo si se la puede contar: *dame like, dame mas.*

El Teórico de la comunicación Juan Martín Barbero por los 80' planteaba como necesidad cambiar la pregunta, es decir ya no *interrogar el proceso de comunicación como un proceso de dominación sino a* “la dominación como un proceso de comunicación”.

La dominación como proceso de comunicación

Tal vez en el quehacer con el padecimiento, es que el citado como tanto otros poetas, músicos, artistas, nos transmita por vía de la escritura y la música de su canción, una señal, un camino de resistencia a la apropiación del núcleo mismo de lo universal en la constitución psíquica del sujeto el orden simbólico autónomo, respecto de la biología o la genética, contingente, singular, universal, otro en el que soy alteridad.

El virus ya ha hecho lo propio, la cuarentena instaló el plató. La humanidad cual público aportó la masificación para el consumo inmunizador. Con la apropiación hegemónica del orden simbólico el mercado se hace inextinguible. La articulación hegemónica del Campo de la Salud con el Campo de la Comunicación se optimiza tras las pruebas pandémicas del SARS-CoV-2. Ya lo preventivo y el riesgo dio resultado, cuanto más al contar los muertos, la infodemia y la fake news como método, todo resultó. El mercado de la comunicación medicinal está en marcha. El Big Data explota en algoritmos. La soledad de pronto aparece como secuela de un desvalimiento surgido solo del SARS-CoV-2.

Desconectar el orden simbólico para su apropiación, desconectarlo, de la constitución psíquica y social del sujeto, cancelar por vía del Sí y el positivismo, la falta de tiempos, ya que no es productivo desarrollar las paradojas y tonalidades en la oscuridad del minotauro universal que todos queremos ocultar garantiza masividad. El mercado mercantiliza, y a los consumidores, como a

reheñes los entretiene siempre con atajos que mienten salidas: por vía de la patologización se apropia del ADN de nuestra subjetividad, por tanto, el consumo analgésico masifica su demanda. Patologizar es el medio masivo y sus analgesias la red.

Resistir a esa apropiación del nosotros, del orden simbólico en que somos también en el espacio de la muerte, la ausencia y la falta, tal vez, como hiciera el poeta con el padecimiento, condición común de todo humano, encuentre en la resistencia a la apropiación el común emancipador aun no considerado.

Aún vigente en su canción (...) *“gente de mano caliente, por eso de la amistad (...)* *“Y así seguimos andando, curtidos de soledad. Nos perdemos por el mundo. Nos volvemos a encontrar. Y así nos reconocemos Por el lejano mirar Por la copla que mordemos, Semilla de inmensidad.”* Dice Don Atha, y día llega, en que sea tiempo de nombrar nuestra resistencia como historia y escribirla como aquel *“escrito lenguaje del ausente”* (Freud, 1922).

Aún desde las márgenes, adonde no hay lo apropiado, lo patologizado, aún desde los bordes adonde hay alteridad y singularidad aún allí adonde hay sin comunicar en reciprocidad.

Matilde Sosa

[linkedin.com/in/matilde-sosa-4608b41a](https://www.linkedin.com/in/matilde-sosa-4608b41a)(link is external)

Email matildesosa@gmail.com(link sends e-mail)

Textos de referencia

- Barbero, Jesús Martín. *De los Medios a las Mediaciones*. Ed. Gustavo Gili S.A. Barcelona, 1987.
- Del Cura, I. y López García-Franco, A. *La medicalización de la vida: una mirada desde la atención primaria*. En *Revista Atopos. Salud mental, comunidad y cultura* N.º 7, 2012.
- Freud Sigmund (1929 -1930) *El malestar en la cultura Freud*—disponible en: <http://www.librodot.com>(link is external) Todos los Derechos Reservados /del S. Das Unbehagen in der Kultur. GW XIV; Copyright © 2002.
- Foucault, Michel. *Historia de la medicalización*, Segunda conferencia dictada en el curso de medicina social. Instituto de medicina social, Centro biomédico de la Universidad Estatal de Río de Janeiro, Educación médica y salud, Volumen 11, N° 1, 1974.

-Mattelard, Armand y Michéle. *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Ed Paidós. Barcelona. 1997.

- Menéndez, Eduardo. *Modelos de atención de los padecimientos: de exclusiones teóricas y articulaciones prácticas*. Revista Ciencia y Saúde Coletiva, Vol. 8, Nº 1-2003.

- Williams, Raymond *Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales* en Williams; Raymond, Editor *Historia de la comunicación*; Bosch Comunicación; Barcelona .1992.

i

REFERENCIAS

***Posgrado de Especialización en Comunicación y Salud por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata.**

Nota de la Autora En este trabajo no desarrollamos en profundidad los hegemonismos ni los campos referidos. Como objetivo del trabajo nos proponemos, por vía de algunas licencias literarias, provocar y abrir un análisis posible, articulando necesariamente el campo de la Salud con el de la Comunicación en relación con la posición dominante en tanto mercados y en el contexto de la globalización vigente a modo de resistir seamos objeto de apropiación, gracias MS.

ii

Frase y concepto que, junto a “aldea global” lo convirtiera en celebridad. El estilo rutilante de Marshal Maculan alcanza mayor popularidad cuando Woody Allen, lo integra como figura de reparto a su filme Annie Hall. Esta película estadounidense ganó el Oscar de Hollywood en1977.

iii

En1964 se publicó la primera edición de “La comprensión de los medios como extensiones del hombre”, el libro más resonante en la obra de Marshall McLuhan.

ivLos cuestionamientos, fundamentalmente ideológicos, a la obra de McLuhan tienen en Armand Mattelart, la denuncia de los efectos ideológicos que desplaza consigo la hegemonía y afirmación del paradigma tecnoinformacional, en sus libros *Historia de la utopía planetaria*, e *Historia de la sociedad de la información*. Mattelart es coautor, junto a Ariel Dorfman, del clásico libro, *Para*

leer al Pato Donald. Ambos fueron colaboradores del gobierno de Salvador Allende/Chile.

v A. Accardo, P., Corcouff, La Sociología de Bourdieu (textos seleccionados y comentados) Burdeos, Le Mascaret 1986.

vi Entrevista al Dr Menéndez, Eduardo L.. Conferencia 'Jornada sobre antropología y pluralismo asistencial' Universitat Rovira i Virgili Tarragona, España.2015 Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=jPP6Ziu1g4U>(link is external)