

Esteban Vernik

*Televisión y nación.
Consideraciones sobre dos casos
de expansión del discurso televisivo*

Universidad de Buenos Aires
CONICET
evernik@mail.fsoc.uba.ar

Esteban Vernik

Televisión y nación. Consideraciones sobre dos casos de expansión del discurso televisivo
Signo&Seña Número 21 / Junio de 2009, pp 47-63
Facultad de Filosofía y Letras - UBA, ISSN: 0327-8956

Resumen El artículo enfoca la circulación del discurso televisivo en dos coyunturas alejadas en tiempo y espacio: la India ante el fenómeno de las así llamadas “telenovelas de los dioses” de 1989; y la Argentina ante el colapso de su sistema político en diciembre de 2001. Las situaciones descriptas sirven para reflexionar sobre las tendencias modernas a la expansión del discurso televisivo: tanto en cuanto a su pretensión de abarcar un auditorio de dimensiones cuasi-planetarias, como de extenderse hacia el conjunto de esferas de la vida: política, erótica, religiosa, etc. En el análisis de la expansión del discurso televisivo se considera la herencia del discurso del cine en su doble modalidad *ideal* de pretender construir mundos fantásticos y de transmitir la realidad “tal cual es”.

Palabras clave: discurso - nación - modernidad - ideología - medios de comunicación de masas

Abstract The paper analyzes the circulation of TV's discourse, focusing in two different contexts in time and space: The so called “soap operas from Gods” from 1989 in India; and Argentina television's discourse regarding the collapse of his politic system during the Crisis of 2001. The description of these situations contributes to the understanding of modern trends of the expansion of television discourse in two dimensions: 1- Claims that this discourse encompass an audience of almost global dimension; 2- Claims of its expansion over the spheres of life: politic, erotic, religious, etc. In order to do this analysis we also consider the heritage of cinema discourse in its *ideal* double modality: from attempts to construct fantastic worlds to pretensions to transmit the reality “such as it is”.

Key words: discourse - nation - modernity - ideology - mass communication media

1. Introducción

Los fenómenos de la televisión en las coyunturas de la India y Argentina que presentamos como ilustraciones particulares del movimiento de expansión del discurso televisivo en los últimos cincuenta años (2), serán examinados luego de una interrogación acerca de las dos dimensiones implicadas en los procesos de modernización cultural y política (3). La consideración de las técnicas de reproducción de imágenes y sonidos que el discurso televisivo hereda del cine, nos lleva a postular dos tipicidades ideales en las cuales se manifiesta el carácter ideológico diferente de ambos casos (4).

Antes de describir los dos casos de expansión del discurso televisivo que nos hemos propuesto contraponer, se hace necesario advertir que estos presentan diferencias sustantivas en la conformación de sus relaciones entre televisión y nación. En ambos casos, la televisión como industria surge en la segunda mitad de la década de 1950; pero para entonces, la historia de la Argentina como nación independiente llevaba ya casi un siglo y medio, mientras que en la India para ese entonces habían transcurrido sólo doce años de su declaración de independencia.

En relación a la composición étnica y cultural de sus poblaciones, en la Argentina a lo largo del siglo XIX las elites impulsaron campañas militares de exterminio que buscaron la consolidación de una población racial y lingüísticamente homogénea. Este propósito —en comparación con otras naciones de la región— se consiguió en gran medida; si bien existen aún diversos grupos lingüísticos y étnicos minoritarios que resisten el proceso de integración estatal. En la India, en cambio, el cosmos étnico, cultural y lingüístico es inmensamente más complejo. Al tiempo que la India alcanzó la independencia del dominio colonial inglés en 1947, se producía ese fracasado experimento demográfico conocido

como *la gran partición*.¹ Para referirse a su colosal vastedad cultural que abarca casi un subcontinente, basta decir que el tamaño de su población es la segunda más grande del mundo, con alrededor de 1100 millones de habitantes, de los cuales 900 millones son hindúes y 150 millones musulmanes —siendo el segundo país en el mundo después de Pakistán en población musulmana—, además de la existencia de otras múltiples minorías étnicas y religiosas.² Además del hindi, que es la lengua oficial, existen actualmente en la India alrededor de 415 diferentes lenguas en actividad.³

2. Dos casos de expansión del discurso televisivo

2.1. India, 1989: el influjo de las “telenovelas de los dioses”

En 1959, doce años después de la retirada de la administración colonial británica, aparece la televisión en la India.⁴ En su fase inicial la televisión tuvo fines educativos y de difusión de técnicas de mejoramiento de la producción agrícola. Posteriormente experimentó transformaciones por las cuales pasaron a tener mayor espacio los programas de entretenimiento, hasta que en 1980 —con la proyección de los Juegos Olímpicos Asiáticos, en que se incorporan nuevas tecnologías como las transmisiones a color— se redefine el carácter de la programación hacia un perfil comercial con una mayor injerencia del capital privado a través de la publicidad. Paralelamente a estos cambios en la orientación de la programación, se experimentó una transformación en los usos y la extensión de la televisión. De verse inicialmente en forma comunitaria en escuelas y centros de recreación —sobre todo en las áreas rurales—, se pasó a una creciente extensión de los aparatos de televisión en los contextos domésticos, que en los años setenta y ochenta vertiginosamente determinó una cultura televisiva de gran accesibilidad, conformando una de las mayores audiencias mundiales.

Durante las primeras tres décadas, desde su creación hasta 1989, el gobierno mantuvo constante el control ideológico cuasi-monopólico⁵ de la programa-

1. En acuerdo entre la administración colonial en retirada y las elites locales, se planeó crear dos Estados nacionales según pertenencia religiosa: de un lado, India para los hindúes; del otro, Pakistán, para los musulmanes. A pesar de los multitudinarios desplazamientos demográficos, la conformación resultante demostró el inevitable carácter multicultural y mutirreligioso de los Estados nacionales.

2. Cfr. <http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Laenderinformationen/01-Laender/Indien.html> (consulta del 15-08-08).

3. Cfr. http://www.ethnologue.com/show_country.asp?name=in (consulta del 15-08-08).

4. Los datos de este apartado los tomamos de Mitra (1993).

5. Decimos que el control era cuasi-monopólico, porque además de la Red Nacional de Televisión de llegada a todo el país, existía en cada provincia un canal dependiente del gobierno provincial, aunque con menores recursos tecnológicos y financieros y disponiendo de un horario de emisión restringido.

ción televisiva a través de un organismo estatal.⁶ Por lo cual, no sorprende que la mayoría de la producción y circulación televisiva sea de origen cultural hindú (y no, por ejemplo, bengalí), y que la mayoría de los programas se emitan en idioma hindi.

Pero esta operación ideológica estatal de proyectar cierta imagen ideológicamente preferida de la nación India, identificada sobre el bloque Hindú-Hindi-Región Norteña, se incrementó notoriamente con la proyección en 1989 de las series *Mahabharat* y *Ramayan*, que produjeron una intensa efervescencia popular. Ambas "telenovelas de los dioses" se emitieron entre 1989 y 1991 a través de la Red Nacional de Televisión, por supuesto en idioma hindi. Su impacto en todo el país fue el mayor que registra la televisión de la India. Así, entre los años referidos, "el 93 % de la población (urbana) veía *Mahbharat* o *Ramayan*"⁷ (Mitra, 1993: 141). A diferencia del tipo de adhesión que producen las telenovelas en países latinoamericanos como Brasil o México, en los que también se dan fenómenos de gran adhesión masiva, la ligazón emocional de estas "telenovelas de los dioses" se ancla en cuestiones sagradas. Se trata en ambos casos de escenificación de relatos épicos de la divinidad hindú compuestos en sánscrito entre el 400 a.C. y el 400 d.C.

Estudios de antropología cultural señalan que en muchos hogares hindúes el acto de seguir los capítulos de estas series tomó la forma de un ritual cotidiano, con una predisposición religiosa especial que incluía lavarse y vestirse con ropas blancas acorde a la relación de respeto hacia las divinidades, así como de rodear al aparato de televisión con ornamentos de culto de la religión hindú (Vasudev y Malhatra, 1992: 39). Con lo cual "gracias al milagro de la televisión", los dioses del politeísmo hindú volvían a cobrar vida a través de la representación de los actores.

Dentro de la cultura popular, la circulación de *Ramayan* y *Mahabharat* trajo los héroes hindúes en la domesticidad de cerca del 90 % de los hogares indios, reenfatiando la cuestión hindú de la India y, consecuentemente, la cuestión no-India de los no-hindúes. (Mitra, 1993: 148)

El análisis de las representaciones de *Mahabharat*⁸ muestra cómo la serie acentuaba las costumbres, vestimentas, paisajes y modismos del norte del país y exaltaba los valores religiosos de la religión hindú. Así, desde el discurso televisivo

6. Esta característica se mantuvo hasta 1992, cuando con la aparición de la televisión por cable, los sectores medios y altos comenzaron paulatinamente a encontrar en la televisión cerrada programas producidos en EE.UU. y otras partes del mundo que empezaron a competir en su oferta con la televisión oficial de la India.

7. La primera de estas telenovelas se emitía todas las mañanas dominicales, mientras que la segunda, de lunes a viernes por las tardes.

8. Seguimos a Mitra (1993).

y su imbricación en la esfera de lo cotidiano se refuerza una construcción imaginada de la India, que en sus formas más extremas y fanáticas ha contribuido a la violencia interétnica que desde hace décadas es frecuente en la India, y que se conoce como guerras comunales.

La serie *Ramayan* muestra mecanismos ideológicos análogos, pero exhibe además un rasgo elocuente en la dirección de la manipulación que se hace de la representación étnica y religiosa de la India. Para las elecciones a cargos públicos de 1992, el Partido Nacionalista Hindú (Bharatiya Janata Party) llevó como candidata a senadora a la actriz protagonista principal de *Ramayan*, quien fue elegida por amplia mayoría.

La “telediosa” realizó su gira de campaña por distintas provincias, realizando mitines vestida de la forma en que aparecía en la telenovela, y en cada acto público territorial se dirigía en hindi al auditorio diciendo: “Ustedes me conocen [...] les vengo a hablar en el único idioma con que me escuchan todas las tardes” (Mitra, 1993).

2.2. Argentina: 19 y 20 de diciembre del 2001

Una de las conmociones más grandes que registra la historia política argentina fue la crisis de diciembre del 2001. La coyuntura era el colapso del sistema político, en un paisaje de movilización colectiva en proporciones inimaginables en los años previos de contenida apatía social y política. De pronto las calles se vieron rebasadas de expresivas columnas que exclamaban distintos tipos de reivindicaciones. Desde las más orgánicas columnas de trabajadores desempleados, pasando por las aglomeraciones de ahorristas que habían sido confiscados y martillaban las puertas de los bancos, hasta los más espontáneos “cacerolazos”, que hacían confluír la protesta hacia el centro político representado por la Plaza de Mayo, con la casa de gobierno como principal blanco de reclamos. Del conjunto de acciones colectivas vividas por ese entonces, el momento de mayor dramatismo fue el de los dos días previos a la renuncia del presidente De la Rúa. Esas jornadas, del 19 y 20 de diciembre, fueron vividas con asombro, perplejidad y fiesta. Caía un presidente, que para ese entonces era mayoritariamente visto como artífice de los mayores intereses antinacionales y antipopulares.

Además, esas jornadas estuvieron signadas por el brutal accionar de la represión estatal. La caída del presidente De la Rúa fue precedida por la orden política de reprimir a los manifestantes congregados en Plaza de Mayo; tuvo por saldo 23 muertos. Y también las imágenes de esas muertes y de toda la represión circularon en tiempo real y luego se repitieron a posteriori por las emisiones de televisión, que por esas horas conectaban por igual a la sociedad y a su por entonces desvalida clase política.

La televisión constituyó un escenario central y permanente de la agitación. No porque se presentase como alternativa a otros escenarios "reales", sino porque acompañó y amplificó a estos. La política en las calles —de manifestaciones de masas como pocas veces recuerda la historia argentina— y la represión policial se sucedieron paralela y permanentemente en las pantallas televisivas que amplificaban la efervescencia cívica. Esos discursos televisivos resultaban orientadores para los propios actores en esos momentos de gran desconcierto y vértigo. Tanto la sociedad como los mismos políticos seguían con avidez los sucesos que la pantalla de televisión ofrecía.

Si recortásemos los discursos televisivos más decisivos de la crisis, nos encontraríamos con dos imágenes. Por un lado, la de De la Rúa saliendo de la casa de gobierno en helicóptero, mientras en Plaza de Mayo aún seguía la represión policial. Era la constatación de la huida del presidente renunciante. Y por el otro, la imagen del inicio, el discurso televisivo que fue el detonante del levantamiento popular: el presidente De la Rúa en su última alocución el día 19 decretando por cadena nacional de radiodifusión el estado de sitio.

Detengámonos en esta última imagen, que fue la del comienzo del fin, con ella se originó la reacción popular. En el preciso momento en que el discurso del presidente de la nación terminaba afirmando "He decretado el estado de sitio en todo el territorio nacional", se empezaban a oír —por primera vez y de forma totalmente espontánea— los cacerolazos de los vecinos en cada barrio. El sentimiento de indignación que se experimentaba en la mayoría de los hogares, comenzaba a exteriorizarse por los balcones y las ventanas de las casas. A las pocas horas se iniciaban las procesiones desde los cuatro puntos cardinales hacia la casa de gobierno. De la Rúa, ciertamente desautorizado por todo su accionar previo, decretaba estado de sitio. El público que lo había escuchado atenta y preocupadamente por televisión, reaccionaba en oposición. Todo lo contrario a lo que prescribía el discurso: hacía ruido, se juntaba, manifestaba y comenzaba a dirigirse a Plaza de Mayo. La lectura por parte de las grandes mayorías a quien el presidente dirigía su discurso no admitía negociación alguna de sus significados: fue decodificado en total oposición.

Los jornadas del 19 y 20 fueron de intensa movilización colectiva en las calles; pero también de constante circulación de discursos político-televisivos que conectaban a inmensa mayoría de la población. Tanto a los que seguían a las acciones desde sus casas, como a los propios manifestantes, que recibían información en las calles desde los televisores de las vidrieras de los negocios. En el medio de la manifestación colectiva que espontáneamente crecía, la televisión oficiaba de guía que sincronizaba distintas acciones.

El descrédito hacia el discurso de los políticos había llegado a un punto máximo. No sólo la palabra de los políticos era sinónimo de descrédito y falsedad, sino también motivo de indignación colectiva. "Que se vayan todos", era la expresión

de ese rechazo social hacia la clase política. A excepción de unos pocos, como el ex diputado Luis Zamora, que participaba de los actos callejeros, la mayoría de los políticos argentinos, no podían salir a escena. Estaban socialmente impugnados. Quien había sido vicepresidente de De la Rúa hasta hacía unos meses, Chacho Álvarez, se había llamado a silencio luego de admitir el fracaso de su participación en la Alianza. El resto de los políticos no salían a la calle ante las represalias espontáneas que sus figuras irradiaban ante la sociedad argentina. El caso más notorio de rechazo, era el del ex presidente Raúl Alfonsín, que en varios intentos por mediar de alguna forma en la coyuntura fue apedrado por manifestantes espontáneos. La filosofía de la mentira de los políticos los había llevado al gesto antipolítico de refugiarse en sus hogares. Mientras tanto, sus supuestos representados manifestaban públicamente en las calles, y ante las cámaras de televisión.⁹

3. La expansión "moderna" del discurso televisivo

Los casos a los que recién aludimos pueden considerarse como ilustraciones de la expansión moderna del discurso televisivo. Planteamos esta afirmación en dos sentidos.

En un primer sentido, son expresiones de la expansión de la razón moderna hacia los más diversos círculos culturales. Tal como teorizaron a principios del siglo XX los sociólogos de la modernidad, la razón moderna habría de expandir la experiencia de la fragmentación y del privilegio del cálculo instrumental hasta los últimos confines de la tierra. En el diagnóstico de estos autores (Georg Simmel, Max Weber), las tendencias modernas —a través de instancias como el dinero y la técnica— aparecían como lineamientos capaces de orientar crecientemente al conjunto de las sociedades. En el dominio acotado de la cultura, estos autores no alcanzaron a conocer la reproducción técnica de imágenes, pero previeron la división del trabajo en esta esfera y la multiplicación hipertrófica de sus productos.

Si seguimos ahora a un sociólogo de la cultura de nuestros días como el inglés John B. Thompson, encontramos una tópica para caracterizar los procesos actuales de modernización de las sociedades contemporáneas. Esta caracterización concibe a la modernización actual de las sociedades en base a tres pilares: a) desde el punto de vista económico, como la expansión a nivel mundial del mercado capitalista; b) desde el punto de vista político, como la expansión a nivel global del sistema de Estados-nación; y c) desde el punto de vista cultural, como la expansión también a nivel planetario del sistema de medios de comunicación (Thompson, 1993: 93-105). Se llega así al siguiente esquema:

9. Para esta descripción, me baso en el post-scriptum de mi libro *Mirando políticos por televisión. Una etnografía de la interpretación*, El Colegio de México, en prensa.

Modernización de las sociedades contemporáneas

Expansión del mercado capitalista

Expansión del sistema de Estados-nación

Expansión del sistema de medios de comunicación

Estos tres vectores de la modernización de las sociedades contemporáneas pueden en determinadas circunstancias presentar conflictos entre sí, como los que comenzaron a ocurrir en los últimos años de globalización entre el sistema de Estados nacionales y el de medios de comunicación, cuando ciertos discursos televisivos de las grandes corporaciones atraviesan las fronteras nacionales sin el control de los Estados. Pero en general, estas tres dimensiones de la modernización tienden a complementarse, y en la dimensión de la expansión del sistema de medios de comunicación, situamos la expansión del discurso televisivo. La experiencia cotidiana de la recepción de discursos televisivos constituye hoy parte de la experiencia característica de las sociedades modernas. Si observamos la modernización a escala mundial desde los inicios de la industria de la televisión a mediados del siglo pasado, los discursos televisivos se expandieron sobre las sociedades contemporáneas en un proceso creciente y sin fin, constituyendo para la mayoría de la población mundial —como lo han demostrado las encuestas de consumo cultural—¹⁰ una cultura de absoluta accesibilidad. Hasta donde se han extendido las redes eléctricas, la televisión llegó, y aún lo hace en un proceso creciente e inacabado, difundiendo consigo —en lo que refiere a las otras dos dimensiones de la tópica propuesta por Thompson— la cultura del consumo que caracteriza a las economías capitalistas, y el imaginario del Estado nacional como forma de comunidad política.

Pero hay otro sentido —que no aparece en la caracterización de J. B. Thompson— de expansión moderna del discurso televisivo, sobre el que pretendemos llamar la atención. Retomando la caracterización de los sociólogos clásicos de la modernidad, la expansión de la razón moderna no sólo comprendía los distintos círculos culturales —Occidente/Oriente; en la perspectiva de Max Weber: China, la India, Babilonia, las culturas precolombinas, etc.—, sino también hacia las distintas esferas de la vida: económica, política, ética, estética, erótica y religiosa (Weber, 1987 [1920]: 11-24).

Es en esta otra dimensión de la modernización que queremos detenernos en nuestra caracterización de la expansión del discurso televisivo. Hoy, este dejó de circunscribirse a las esferas de la información, la cultura y el entretenimiento, para expandirse al resto de las esferas de la vida. Los casos de los fenómenos des-

10. Una serie de mediciones realizadas hacia finales de los años ochenta en las principales capitales de América Latina mostraba ya para esa época una relación habitual con la televisión para el 95 % de sus poblaciones. Cfr. Landi, Vacchieri y Quevedo (1990) para el caso de Buenos Aires; y García Canclini y Piccini (1992) para el de Ciudad de México.

criptos en la India y la Argentina constituyen ilustraciones también de este tipo de modernización que representa la expansión del discurso televisivo. Vemos en un caso, cómo la televisión se entromete en la esfera religiosa; y en el otro, en la esfera política.¹¹ Podríamos aludir también a las otras esferas de la vida que crecientemente se ven colonizadas por la televisión. Por ejemplo, en la esfera del arte, cuando proliferan los canales consagrados a las artes visuales o a la música; o en la esfera erótica, cuando crecientemente –tanto en los sistemas de la televisión de países capitalistas centrales como en los periféricos– la sexualidad en las formas degradadas de la pornografía y la prostitución ocupan su espacio en los flujos nocturnos de la programación televisiva.¹²

Para volver sobre estas formas modernas de expansión del discurso televisivo, habrá que reconsiderar las formulaciones que los teóricos de la modernidad de la generación siguiente a Max Weber produjo sobre la irrupción primero de las modernas técnicas de reproducción ampliada de imágenes y sonidos, y luego sobre sus modernas industrias del cine y la televisión.

4. Del cine a la televisión: la reproducción técnica de lo audiovisual

La expansión moderna del discurso televisivo recién referida acompañó el desarrollo de la industria televisiva a lo largo de su existencia durante la segunda mitad del siglo pasado. Sin embargo, desde el punto de vista de las técnicas utilizadas, sus efectos de encantamiento de masas –a través de la reproducción de imágenes primero y luego de imágenes y sonidos– abarcan la totalidad del siglo XX, desde los inicios de la industria del cine. Una breve reconstrucción de las

11. Es necesario aclarar que no estamos diciendo que la expansión del discurso televisivo hacia la esfera política comienza a partir los sucesos de diciembre de 2001, sino que adquirió un condensación destacada en esa coyuntura en la que las masas podían verse a sí mismas desde la escena que se constituyó en las calles céntricas aledañas a la Plaza de Mayo y desde sus hogares, en una potenciación de la esfera pública y ampliación de esta hacia las zonas de intimidad. Pero el inicio de la expansión del discurso televisivo hacia la esfera política puede localizarse ya en los años sesenta, y alcanza a inicios de la transición democrática en la Argentina de los años ochenta un relieve particular que tomó de sorpresa a los actores políticos. Un ejemplo notorio de esta falta de conciencia por parte de los políticos de los condicionamientos de esa expansión de la televisión en esos años pudo verse en el acto de cierre de las elecciones de 1983, cuando un dirigente del partido que se presumía victorioso quemó ante las cámaras de televisión un arca que simbolizaba al partido rival, lo cual habría influido negativamente sobre los votantes. Los trabajos de Oscar Landi (1992: 58) constituyeron un intento de teorización apropiada –e injustamente desconsiderada– de la trama de efectos múltiples entre la televisión y la política en la Argentina de aquellos años. Para los trabajos de Landi sobre televisión y política véase también Rinesi en este volumen.

En una tendencia más amplia, la expansión del discurso televisivo hacia la esfera política puede inscribirse en la expansión moderna de la esfera pública a través de los medios de escritura y comunicación que ha retratado Jürgen Habermas (1990 [1962]).

12. Cabe preguntarse si una vez colonizadas por el discurso televisivo, esas esferas –que la modernidad diferenció– son “desdiferenciadas” (Lash, 2002) en el flujo unificado de la información.

dos modalidades ideales de esa reproducción técnica —la que pretende construir “mundos reales fantásticos” y la que aspira a reproducir la realidad “tal cual es”— nos servirán para volver a aproximarnos a los ejemplos dados de la televisión en la India y en Argentina. Puesto que postulamos una afinidad entre la primera de estas modalidades con los efectos que buscan las ficciones televisivas como las de las “telenovelas de los dioses”, y la segunda de estas modalidades con la pretensión de los telenoticieros exacerbada durante los sucesos de la coyuntura de los días argentinos de diciembre de 2001. Detengámonos en las formas técnicas de estas dos tipicidades ideales.

4.1. La construcción de la realidad

En 1913, en los albores de la expansión del cine mudo, el sociólogo húngaro György Lukács reflexionaba sobre la estética del cine en contraposición con la del teatro, y se detenía en la cuestión de la autenticidad del arte cuando es intervenido por la técnica. La conjunción del cine entre creación artística y técnica, expresa un tipo de verdad —naturalista o poetizada— anclada en los fragmentos instantáneos de la realidad. Lukács se refería a “las imágenes del cine semejantes en su esencia a la naturaleza y sobremanera fieles a la vida” y se preguntaba por los efectos de “la secuencia palpitante de romanticismo de una persecución en rápidos coches” (Lukács, 1989 [1913]: 71-76). Conjeturaba sobre las posibilidades que emanan las técnicas de reproducción de imágenes para construir realidades fantásticas. Uno de los motivos de su reflexión era una sucesión invertida de imágenes: aparecían primero las bocanadas del humo, luego el cigarrillo encendido, posteriormente el fósforo sobre la colilla, y finalmente, el fósforo en su cajilla. Este caso hipotético de la proyección de una película en sentido inverso, llevaba a Lukács a intuir un problema que tendría posteriormente fuertes implicancias: cuáles son los efectos sobre la conciencia de vastos auditorios de la construcción de la realidad a través de las técnicas del montaje.

En la teoría cultural del siglo XX, la cuestión acerca del poder de las técnicas de reproducción de imágenes para direccionar las conciencias de inmensos públicos alimentó un debate irresuelto que creció al compás del desarrollo de la industria cultural, del cine y la radio primero, de la televisión después. Una recopilación de las principales intervenciones sobre esta cuestión excedería los límites del presente artículo; señalaremos apenas algunos hitos de este debate.

En un texto temprano sobre las industrias culturales, el filósofo argentino Carlos Astrada contrastaba en 1933 la experiencia de la radio con la del film, deteniéndose en las consecuencias políticas que el cine produce por medio de los procesos técnicos de montaje. El cine es concebido en términos de “adecuada expresión inmediata de completos sistemas ideológicos” que se propagan entre grandes auditorios de proporciones mundiales por medio de mitos. “El cine se ha

revelado como un gran plasmador de mitos” (Astrada, 1933: 137). Mitos que en su difusión universal alimentan determinadas ilusiones. Así, por un lado, Astrada encuentra en el mito de los pistoleros de Chicago o de los *cowboys* o *cowgirls*, poderosos incentivos a la necesidad de ensueño de vastos sectores de la población mundial. Por otro lado, ve Astrada en la cinematografía de los realizadores rusos, como Sergei Eisenstein, el mito del *nuevo hombre* que se proyecta sobre el mundo. Ambos son mitos políticos que imprimen a grandes audiencias a escala internacional una determinada dirección histórica a la existencia, sean los valores de la sociedad consumista estadounidense, sean los de una nueva forma social de convivencia. Más allá de que Astrada privilegiaba a ésta última, interesa aquí detenerse en cómo su percepción se orienta a la condición expansiva que presenta el discurso del cine —y luego, el de la televisión— respecto de determinados valores y formas de vida hacia el conjunto de las culturas planetarias.

Catorce años después surge el texto más emblemático sobre la industria cultural, aquel que Max Horkheimer y Theodor W. Adorno escribirían desde los Estados Unidos en tiempos de apogeo de la industria cinematográfica de Hollywood y, cuando la televisión ya existía —concebida como una “síntesis entre la radio y el teléfono”—, aunque todavía en forma experimental (Horkheimer y Adorno, 1969 [1947]: 146-200). Su comprensión del fenómeno —como es bien conocida— es impugnadora. Los productos de la industria cultural comparten “un aire de semejanza” que los emparenta con las mercancías de otras ramas de la industria. La mecanización y las técnicas del marketing los lleva a trazar una analogía entre los productos en serie de la Chrysler o la General Motors y los productos de la Warner Brothers o la Metro Goldwyn Meyer. El arte del cine de las vanguardias del expresionismo alemán se había reducido vía la industria cultural a mero entretenimiento o *amusement*.

Pero si esta visión negativa de los fundadores de la primera Escuela de Fráncfort respecto a los productos de la industria cultural con la consiguiente diferenciación entre alta y baja cultura habría de ser uno de los motivos principales con los cuales se habría de recordar este texto, otra cuestión no menor es la caracterización igualmente negativa acerca de la ideología que atravesaría sus producciones. Las industrias culturales no sólo serían responsables de la pérdida del arte genuino, sino, y peor aún, sus productos en expansión son capaces de atontar la conciencia de las masas. Tal como reza el subtítulo del artículo, la industria cultural *mistifica* o *engaña* a las masas. Esta comprensión de la industria cultural como difusora de ideologías capaces de aplacar la rebeldía de los de abajo constituirá uno de los máximos asertos de este escrito que no ha dejado de despertar desde su aparición un conjunto de polémicas.

En la segunda mitad de la década de 1960, en los últimos años de su vida, Adorno revisó las tesis de este artículo, pero a pesar de ciertos matices siguió reivindicando la condición ideológica de los productos de la industria cultural. Ya en tiempos de centralidad y expansión del discurso televisivo en

muchos países, Adorno relativizó la posición sustentada en el célebre texto sobre las industrias culturales de 1947. Refiriéndose específicamente a la televisión, decía en 1963:

[...] sería el último en negar que el medio televisivo contiene un potencial enorme de cara, precisamente, a la formación cultural en el sentido de la difusión de una información clarificadora. (Adorno, 1998: 50)

No obstante, al igual que en el texto de 1947 respecto del cine, seguía Adorno sosteniendo que el discursivo televisivo contribuye a “difundir ideologías, y a orientar de un modo falso la conciencia de las personas que la contemplan” (Adorno, 1998: 50). Para Adorno, el medio televisivo “oculta los problemas mediante arreglos y desplazamientos de acento, [...] genera siempre falsa conciencia” (Adorno, 1998: 55). Esta condición del discurso televisivo “de inculcar en las personas la falsa conciencia y las deformaciones y ocultaciones de la realidad” (Adorno, 1998: 50) lo lleva a entender a la televisión fundamentalmente como difusora de ideologías, en el sentido marxista clásico de falsificación de la realidad para deformar las conciencias.¹³

En este punto habremos de detenernos en la consideración de “la televisión como ideología”, para volver a retomar mojones de la historia de la reproducción técnica de imágenes, regresando a los inicios del cine, pero esta vez refiriendo al cine documental para delinear una operación también de la reproducción técnica de imágenes, pero contraria a la que los autores aquí rápidamente invocados –de Lukács a Adorno– observaron.

4.2. La transmisión de la realidad “tal cual es”

Por esta otra vertiente, podrá *idealmente* considerarse a las intervenciones técnicas del discurso del cine y de la televisión no como ideología que construye una realidad falsa o fantástica, sino como el intento contrario de mostrar la realidad “tal como es”. Veamos en qué consiste, también a partir de algunos ejemplos históricos.

13. De todas las críticas que ha recibido esta concepción de ideología, y en general los escritos de la primera escuela de Fráncfort, la más notoria quizá es la que le adjudica la pretensión de poder ver al mundo “tal cual es”, es decir, la aspiración a llegar sin velos ni preconcepciones a la verdad (Eagleton, 1997). Y también otra de las críticas más difundidas a estos trabajos que conciben a los medios de comunicación como ideología refiere al lugar en que quedan las audiencias portadoras de una falsa conciencia. Ciertamente, en la concepción de los fundadores de la primera Escuela de Fráncfort, la ideología dominante que atonta a las masas es el cemento que mantiene unida a las sociedades capitalistas y es el principal motivo por el cual los de abajo no se rebelan contra el orden social injusto. De modo que según esta concepción, en una sociedad totalmente justa no habría necesidad de ideología. Para algunos teóricos, para que las ideologías puedan ser efectivas deben necesariamente implicarse en necesidades y deseos que la gente ya tiene (Thompson, 1993).

En 1922, el realizador estadounidense Robert Flaherty presenta el primer film sonoro considerado de carácter no ficcional, sino documental: *Nanook, el esquimal*. Este mostraba por medio de una cámara fija, escenas de la vida cotidiana de una familia esquimal: dónde vivían, cómo se abrigaban, cómo hacían fuego para calentar y cocinar, qué comían. De particular intensidad, resultaban algunas tomas largas como las que mostraban al protagonista de la película junto a su hijo, arponeando a una foca. Los arpones iban y venían y sobre la pantalla podían verse bombazos de sangre, y también los ojos y el rostro sufrientes de la foca agonizante. La cámara fija exhibía en tiempo real las últimas imágenes de la foca hasta que finalmente esta muere. El espectador era testigo de esa realidad. A su vez, otra escena que nos permite hablar de un efecto naturalista que produce la inmediatez de una verdad, es al inicio del film cuando en un primer plano aparecía Nanook sonriente. Era una escena que duraba varios segundos, en la que el protagonista se reía. La cámara fija captaba realidad de la viveza de una sonrisa y un rostro irrepitibles.

En sintonía con esta pretensión de realidad, el cine documentalista buscaba aspectos sociales y etnográficos con fines pedagógicos y políticos. Célebre es el film documental de Luis Buñuel, *Las Hurdes, tierra sin pan*. Estrenado en 1933, el documental mostraba el hambre y las miserables condiciones de los habitantes de una zona campesina y postergada de España. Impresionantes eran las imágenes de larga duración en las que transcurrían los rituales del funeral de un niño. El film, por un lado, llevaba a relacionar la muerte del niño con las condiciones sociales de esa zona olvidada de España; por otro lado —y esto es lo que queremos señalar aquí—, mostraba a través de los rostros y los llantos de los miembros de la comunidad el dolor vivido por esas personas.

El discurso televisivo también ha heredado esta dimensión realista del discurso del cine etnográfico documentalista que *pretendía* disminuir al máximo la ideología para transmitir la realidad “tal cual es”. La foca moría realmente; la comunidad de Las Hurdes sufría realmente por la muerte del niño. ¿Cuál es el procedimiento técnico para esta operación? Se trata de tomas largas cuya prolongación coincide con el tiempo real, captadas por una cámara fija sin desplazamiento, y exhibidas sin editar, sin montaje alguno. En la televisión, especialmente en el discurso de los telenoticieros, encontramos muchas veces este procedimiento. Un caso frecuente de la televisión en la Argentina, es el canal de noticias Crónica TV. Es frecuente en el flujo de noticias de este canal, ver imágenes sin editar, de una cámara fija que registra tomas prolongadas que aparecen en tiempo real. Por ejemplo, la cámara del canal llega a una asamblea en el local de un sindicato. La cámara fija registra y el espectador contempla, “en vivo y en directo”, las posiciones y las discusiones de la asamblea, tal cual ocurren. Otro ejemplo notorio que se suele recordar en la historia argentina de las crónicas televisivas es el del camarógrafo argentino que en 1973 filmó

su propia muerte, mientras registraba imágenes de la represión durante el golpe militar contra el presidente Allende en Chile. El camarógrafo captaba imágenes callejeras, hasta que se encontró con el carabiniero que disparó contra él mismo. El camarógrafo cayó muerto, pero la cámara siguió grabando las imágenes que luego un compañero suyo recogió. En este caso, a diferencia del anterior, la recepción de las imágenes no se produce al mismo tiempo que ocurren, pero sí llegan al espectador en la prolongación temporal en que ocurrieron, y sin manipulación ni del movimiento de la cámara ni de ningún montaje posterior. Y lo que el espectador contempla sin dudas es la muerte del camarógrafo.

En definitiva, de ambos recorridos realizados podemos señalar que el discurso televisivo hereda del cine dos dimensiones *ideales* de la reproducción técnica de imágenes. Una "construccionista", proveniente de las vanguardias estéticas y del cine ruso, que busca —a través de las operaciones técnicas del montaje— manipular ideológicamente la realidad al punto de inventar una nueva realidad, ilusoria o fantástica. Y otra, "documentalista", cuyo origen localizamos en la tradición del cine documental etnográfico, que busca —por medio del procedimiento de cámara fija, imágenes sin editar y proyectadas en tiempo real— disminuir al máximo los factores ideológicos, con la pretensión de mostrar la "realidad tal cual es".

Ambas son intervenciones técnicas. Sus efectos contrarios se asientan en el carácter paradójico de toda técnica.¹⁴ Estas modalidades que aquí proponemos para el análisis del discurso televisivo, poseen un carácter ideal. Es decir, son tipicidades *ideales* que hablan de distintos efectos que produce el discurso televisivo. Pero es necesario aquí, hacer dos aclaraciones. Primero, no existe discurso televisivo (ni de otra clase) que esté exento de ideología.¹⁵ Por más pretensión documentalista que el discurso televisivo pueda tener bajo la modalidad de cámara fija, de imágenes sin editar emitidas en tiempo real, la presentación y titulación de esas imágenes, y su relación con las imágenes anteriores y posteriores del flujo televisivo, les imprimen cierta manipulación ideológica irreductible por parte del emisor. Segundo, la idea de efectos producidos por el discurso televisivo y de manipulación ideológica por parte del emisor merecen considerarse con la cautela que surgen de la crítica del así llamado enfoque de la recepción.¹⁶

14. La cuestión paradójica de la técnica en general, como apropiación de la naturaleza que puede servir tanto para el bienestar de la humanidad como para su destrucción, remite a la intervención de Heidegger (1994 [1947]).

15. Desde el punto de vista teórico, sabemos desde el célebre libro de Karl Mannheim (2007 [1929]) *Ideología y utopía*, que no hay posibilidad para ningún discurso de realizar alguna enunciación por fuera de la ideología —ni siquiera para el científico discurso del análisis del discurso—, salvo que se la realice desde la utopía.

5. Conclusiones

En los casos observados de expansión moderna del discurso televisivo, comprobamos, por un lado, su pretensión de intervención planetaria sobre sociedades diversas como las de la India y la Argentina; y por otro, su expansión hacia diversas esferas vitales en la forma de los procesos de *televisación de la experiencia religiosa y política*. Siguiendo la tónica de la modernización propuesta por John B. Thompson, se evidencia durante los sucesos de la crisis en Argentina, que el colapso que se produjo fue de los sistemas político y económico; pero no del sistema de medios de comunicación. Por el contrario, el sistema de medios en general y el de la televisión en particular, se mostró muy activo.

Las dos modalidades *ideales* señaladas para el discurso televisivo, la de construir la realidad y la de trasmitirla "tal cual es", permiten caracterizar distintas franjas discursivas de los casos referidos. Mientras en el fenómeno de "las telenovelas de los dioses", se registran operaciones de manipulación ideológica a través de las técnicas de montaje, al punto de construir mundos de fantasías y de dioses; en el caso de los días de la crisis en la Argentina, predominan operaciones de transmisión de la realidad por medio de imágenes sin editar y en tiempo real. Las zonas del discurso televisivo que mostraban la huida del presidente en helicóptero, en la inmediatez de sus imágenes, evidenciaban una realidad por fuera de toda manipulación. De igual forma, las dramáticas imágenes televisivas de los manifestantes muertos por la represión policial trasmitían una realidad incontestable.

Referencias bibliográficas

- Adorno, Theodor (1998): "Televisión y formación cultural", en *Educación para la emancipación*, Morata, Madrid.
- Ang, Ien (1985): *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic Imagination*, Londres y Nueva York, Methuen.
- Astrada, Carlos (1933): "Fenomenología del film", en *El juego existencial*, Buenos Aires, Babel.

16. Desde muchas vertientes, pero especialmente desde el trabajo de Stuart Hall (1993, [1977]), se comenzó a prestar atención a las posibilidades de descodificación de los mensajes ideológicos por parte de los receptores, problematizando así la supuesta linealidad de los discursos televisivos. Investigaciones empíricas siguiendo el modelo de Hall, evidenciaron la condición activa de los receptores para en determinadas circunstancias interpretar en forma negociada o en oposición los discursos emitidos, relativizando así el privilegio de los emisores (Cfr. Morley (1980), Ang (1985), Brunt (1992)). En América Latina, la crítica a las teorías de la manipulación, encontró a lo largo de la década de 1980, ecos y reelaboraciones (Cfr., entre otros, Landi (1982), Ford (1985), Martín-Barbero (1987), Orozco (1991)). No obstante estos desarrollos, la cuestión de los alcances de la recepción y la manipulación siguen constituyendo un dilema teórico y metodológico.

- Brunt, R. (1992): "Engaging with the popular", en L. Grossberg, C. Nelson y P. Treichler (eds.), *Cultural Studies*, Londres y Nueva York, Routledge.
- Eagleton, Terry (1997): *Ideología. Una introducción*, Barcelona, Paidós.
- Ford, Aníbal (1985): "La utopía de la manipulación", en Aníbal Ford, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.
- García Canclini, Néstor y Mabel Piccini (1993): "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en N. García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Hall, Stuart (1993 [1977]): "Encoding, decoding", en S. During (ed.), *The Cultural Studies Reader*, Londres y Nueva York, Routledge.
- Habermas, Jürgen (1990 [1962]): *Historia crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1990.
- Heidegger, Martin (1994 [1947]): "La pregunta por la técnica", en *Conferencias y artículos*, Barcelona, del Serbal.
- Horkheimer, Max y Theodor Adorno (1969 [1947]): "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas", en *Dialéctica del Iluminismo*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Landi, Oscar (1982): "Comunicación, cultura y proceso político", *Crítica y Utopía*, n° 6, Buenos Aires.
- (1992): *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.
- Landi, Oscar, Ariana Vacchieri y Luis A. Quevedo (1990): *Públicos y consumos culturales de Buenos Aires*, Buenos Aires, CEDES.
- Lash, Scott (2002): *Critique of Information*, Londres, Thousand Oaks y Nueva Delhi, Sage.
- Lukács, György (1989 [1913]): "Reflexiones sobre una estética del film", en *Sociología de la literatura*, Barcelona, Península.
- Mannheim, Karl (2004): *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili.
- Mitra, Ananda (1993): *Television and Popular Culture in India. A Study of Mahabharat*, Nueva Delhi, Thousand Oaks y Londres, Sage.
- Nandi, Ashis (1992): *Fear of the Self. Invention of nationality and the Ramjanmabhumi movement*, Comité for Cultural Choices and Global Future, Nueva Delhi.
- Orozco, Guillermo (1991): "La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva", en *Dia.logos de la Comunicación*, n° 30, México.
- Thompson, John B. (1993): *Ideología y cultura moderna. Teoría social en la era de la comunicación de masas*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-X.
- Vasudev, Aruna y L.K. Malhatra (1992): "India: la epopeya catódica", *El Correo de la Unesco*.
- Weber, Max (1987 [1920]): *Ensayos sobre sociología de la religión I*, Madrid, Taurus.