

# causas y azarés

Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis

Entrevista a Eliseo Verón

Diez años de comunicación en la UBA:  
entre la formación y la crisis de mercado

Políticas de comunicación en Europa

El discurso del «arrepentimiento» militar

Alternativismo: balance y perspectivas

Textos de R. Williams,  
N. Garnham y P. Bourdieu.



5

# causas y azarés

**Grupo editor**  
Carlos Mangone  
Mariano Mestman  
Alejandro Grimson  
Ernesto Lamas

**Equipo**  
Silvia Méndez  
Cora Gamarnik  
Carlos Rodríguez Esperón  
Lucila Schonfeld

**Colaboran en este número**

Pablo Alabarces  
Luis Albornoz  
Maite Alvarado  
Ana Atorresi  
María Flavia Bisconti  
Victoria Boschioli  
Pablo Cabado  
Tomás Calello  
Marina Calvo  
Carmen Crouzeilles  
Alicia Entel  
Diana Fernández Irusta  
Aníbal Ford  
Santiago Gándara  
Ana Longoni  
Evangelina Margiolakis  
Stella Martini  
Guillermo Mastrini  
Nora Mazziotti  
Alicia Méndez  
Sergio Mogliati  
Fernando Quirós Fernández  
Analía Reale  
Gabriela Resnik  
Eduardo Rinesi  
Diego Rossi  
Daniel Scarfó  
Marcelo Vargas  
Eduardo Vizer  
Jorge Warley  
Sergio Wolf

**Composición y armado**  
Hugo Correa Luna

**Edición**  
Hugo Correa Luna

**Diseño de tapa**  
Claudia Bulaievsky

**Correspondencia:** Lambaré 873 - (1185)  
Buenos Aires  
Tel/Fax: (54-1) 865-7554 / 923-2832

**Editores responsables:**  
C. Mangone, M. Mestman, A. Grimson, E. Lamas  
Registro de la propiedad intelectual en trámite.  
Queda hecho el depósito que marca la ley.

# causas y azarés

Año II  
Número 3  
Primavera 1995

## SUMARIO

Editorial / 3

Entrevista con Eliseo Verón / 7

### CUADERNO

CIENCIAS DE LA COMUNICACION EN LA  
UBA: ENTRE LA FORMACION Y LA CRISIS  
DEL MERCADO / 25

TESTIMONIOS: Entel - Ford - Vizer / 31  
Orientaciones terminales: notas para una  
discusión / 38

Producción: SILVIA MENDEZ, MARCELO  
VARGAS, CORA GAMARNIK, ALICIA MENDEZ  
y EVANGELINA MARGIOLAKIS

ENTREVISTA: Juan Carlos Camaño / 45  
La propiedad de los medios audiovisuales  
en la Argentina neoliberal  
por DIEGO ROSSI / 50

La influencia del periodismo  
por PIERRE BOURDIEU / 55

### ANALISIS Y CRITICA

Del error al horror: las fallas de la memoria  
por MAITE ALVARADO y ANALIA REALE / 65  
Identidades reflexivas  
por ALEJANDRO GRIMSON / 72

La espiral del disimulo  
por FERNANDO QUIROS FERNANDEZ / 81

Servicio público en Europa: dinámica y concepto  
por GUILLERMO MASTRINI / 101

Pierre Bourdieu y la Sociología de la Cultura:  
una introducción  
por NICHOLAS GARNHAM  
y RAYMOND WILLIAMS / 107

### RECONSTRUCCIONES

Masotta, Jacoby, Verón: Un arte de los  
medios de comunicación de masas  
por ANA LONGONI y MARIANO MESTMAN / 127

## COMUNICACION ALTERNATIVA

Encuentros y desencuentros  
por CARLOS RODRIGUEZ ESPERON  
y ERNESTO LAMAS / 141

## ENSAYO

Del fútbol como cacho de cultura(s)  
por PABLO ALABARGES / 151  
Fútbol y multitudes  
por DANIEL SCARFO / 155

## POLEMICA

La desacralización de la escritura  
por STELLA MARTINI / 161

## AGENDA / 164

## LECTURAS

Símbolos y poder en la nueva era  
por TOMAS CALELLO / 167  
Ciudadanía posmodernas  
por DIANA FERNANDEZ IRUSTA / 169  
La colección ausente  
por SANTIAGO J. GANDARA / 171  
Estrategias semióticas  
por CARLOS MANGONE / 174

## BIBLIOGRAFICAS / 177

### SOLICITUD DE NUMEROS

Nombre: .....  
Domicilio: ..... Cód. postal: .....  
Ciudad: ..... País: .....

Marque los números que desea recibir

- Número 1 (primavera 94 - agotado)  
 Número 2 (otoño 95)  
 Número 3 (primavera 95)  
 Número 4 (otoño 96 - próximo a salir)

Tarifas por número	Personal	Institucional
Argentina	7 dólares	9 dólares
Resto de América	10 dólares	12 dólares
Europa, Asia y África	12 dólares	14 dólares

Envíe el dinero correspondiente a los ejemplares solicitados por:

- Giro postal o bancario a nombre de Asociación Educacionista Argentina C.C.E. La Crujía.
- Transferencia a Banco Crédito Argentino, Caja de Ahorro núm. 023-009633/6 (sólo para Argentina)

Correspondencia: Librería La Crujía. Tucumán 1999 - (1050) Capital Federal - Argentina -  
Tel./fax: (54-1) 375-0376 / 0664

**causas  
y azares**

Los lenguajes de la comunicación  
y la cultura en (la) crisis

# Comunicación y capitalismo

La sociedad de la comunicación, hace tiempo develada como farsa, comienza a constituirse como tragedia. Esta inversión podrá ser efecto del trastocamiento de la secuencialidad del siglo XX, pero no deja de revelar una profunda significación. Asentada en un desarrollo tecnológico que le debe mucho aún a los años de oro del Estado de Bienestar, pudo consolidar su hegemonía sólo cuando la efectivización del plan de reconversión económica mundial produjo la creciente retirada de la escena de las luchas sociales. La escalada postfordista, ejecutada al modo dependiente en los países tercermundistas, construyó el metarrelato dominante de nuestra época, que recogiendo las tradiciones tecnologicistas de Occidente, dibujó un futuro sin fricciones de la mano del progreso. Esta promesa de igualdad y felicidad para el mundo, se sustentó en un dispositivo simbólico que —alegando que los derechos de los pueblos se realizaban en un ficción democrática— construyó como figura de la nueva era al *consumidor*, al habitante de los shoppings, al cliente de las variedades de los monopolios, al consultado por las encuestas.

La vertiginosa transformación tecnológica quedó así imbrincada con una acusación de vetustez para las mercancías del ayer que las convierten en poco menos que hojalata. Junto a las ya viejas computadoras de los '80, nos anuncian que mañana todo aquello que hoy compramos será chatarra. Y, ésta es una de las grandes tragedias del siglo, lo mismo sucedería con las ideas.

De ese modo, los conceptos de *actualidad* y *utilidad* —en todas sus acepciones— han pasado a regir las vidas cotidianas de los nuevos ciudadanos simbólicos del mundo que todavía hoy no son ciudadanos materiales de su país. Deshágase de sus viejos electrodomésticos, vaya por el último modelo. Abandone sus viejos libros, recurra a la mesa de novedades. Consignas, entonces, que deben ser pensadas, necesariamente, partiendo de la crítica del ayer. Porque si las relaciones entre hombres se presentaban ya en el siglo pasado como relaciones entre cosas, el mundo ha cambiado pero manteniendo una continuidad sustancial. Y, justamente, no por eterna, sino por pertenecer a un mismo período de la historia que sistemáticamente se ha revelado como productor incesante de desigualdad. La "sociedad de la comunicación" no es tan distinta de las anteriores "sociedades".

Entonces, nuestra farsa devenida tragedia de una sociedad de la comunica-

ción no es una historia si no dentro de otra historia, no sufre cambios si no dentro de una persistencia. Y si es imprescindible acentuar la vinculación entre los modos de ser del capitalismo es porque nuestra época se caracteriza por construir cada producto como si hubiera nacido de la nada, como si no tuviera historia, como si no fuera actividad humana cristalizada: de allí la magia de la tecnología, de los productos de los medios masivos y de la ideología dominante.

Es imprescindible rechazar la afirmación de que ya nada es igual que hace diez años, de que vivimos literalmente en *otro mundo*, para poder comprender realmente qué es lo que cambió. Farsa, entonces, de la sociedad de la comunicación: porque la pregunta por el poder, es decir por quién *puede* comunicar a quién, revela que hablar de *comunicación* como característica de esta sociedad es —al menos— un exceso de lenguaje. En todo caso, y es sabido, habría que interrogarse acerca de las desigualdades también en el nivel "simbólico" de la información. La consumación de la tragedia acontece cuando el eufemismo deviene coartada del nuevo dispositivo político económico. Justamente, y es el boomerang de los cuantitativistas, los afectados por la desocupación en América Latina superan varias veces a los conectados a Internet en todo el mundo. La desocupación estructural funciona como límite preciso y evidente de la utopía comunicacional.

## II

El primer movimiento imprescindible para un estudio de la cultura contemporánea es el análisis de sus condiciones de producción. No porque se insista en una concepción que busca "fuera" de la cultura sus "determinaciones", sino porque es imprescindible rechazar al mismo tiempo el dualismo mecanicista y el autonomista. Tanto uno como otro instalan una discontinuidad radical entre lo simbólico y lo material que pierde de vista que la artificialidad de las construcciones analíticas no se "refleja" en la realidad.

Es necesario, entonces, formular desde una perspectiva crítica las preguntas que circulan poco por nuestros claustros. No sólo interrogarnos sobre los objetos que pasan a formar parte de una agenda de la moda para los estudios culturales, sino abrir el cuestionamiento doble sobre aquellos problemas de los que no se habla: formular a la vez la pregunta sobre la relación entre dinámicas culturales y desocupación, ajuste económico y medios masivos, y sobre por qué esas incógnitas aparecen vedadas en muchas reflexiones sobre comunicación.

En la búsqueda de responder el segundo interrogante es posible aproximarse al primero. La ausencia en amplios lugares de nuestras carreras de estas discusiones no se explica por una constitución "apolítica" del mundo académico sino, por el contrario, por su política de constitución que apunta, en sus sectores más integrados, a delinear prácticas de inserción en el mercado. La tan mentada relación entre universidad y sociedad se ve así brutalmente "acotada" a los márgenes del tercio que permanecería, en el mejor de los casos, dentro del sistema. El impulso dinámico, entonces, surge de la preocupación por no quedar excluido y no del interés por posicionarse junto a los ya excluidos, única forma por otra parte de construir un futuro sin quedar al margen.

La racionalización y fragmentación laboral —también en el campo de la comu-

nicación—, se vincula a su reconversión económica y tecnológica, que no apunta a resolver los problemas de consumo y las lacras sociales, sino que los exacerba. En este marco, los intelectuales integrados engañan y se engañan cuando defienden —o racionalizan— la posibilidad de que en el marco capitalista se resuelvan los problemas sociales que adquieren cada día mayor gravedad.

La desocupación es estratégica, a la vez buscada y funcional. La flexibilidad acorta los derechos históricos y permite que un nuevo ejército de reserva actúe como colchón de las demandas sociales. La "cultura del trabajo" se convirtió en un debilitamiento de las tradiciones sindicales y en el diseño de un espacio laboral a partir del modelo del shopping o Mc Donalds. El nuevo tiempo en el que vivimos es el de la desocupación como norma y la movilidad laboral (no social) como dinámica. Los trabajadores no son incorporados en una sociedad móvil sino que se mueven en una sociedad cada vez más injusta. La rotación laboral permanente no se debe a una especialización global sino a una precarización que aumenta día a día.

En este marco es imprescindible preguntarse si en ese divorcio creciente entre los eufemismos y las crisis, la cultura política no entra ella también en una crisis de semiotización de sus respuestas ante los problemas sociales. En efecto, los grandes partidos pueden aparecer como la única variante del presente, pero un vacío de sentido los corroe en relación al futuro. Esta duplicidad se materializa en millones de votos y en su vaciamiento militante, que se imbrinca con el nuevo lugar de los medios pero que no puede ser reducido a él.

## III. POR UNA TESIS 11 EN LA COMUNICACION Y EN LA CULTURA

¿Qué relación hay entre la crisis social y política y la comunicación y la cultura? En realidad, se podría plantear que esta fuerte vinculación "opera" de múltiples maneras, aunque una de las favoritas en nuestra época sea justamente no hablar de ella. Desde *Causas y Azares* pensamos que quienes frecuentamos estas tareas en momentos de la "sociedad de la comunicación", necesitamos construir y desplegar una lucha ideológica impostergable contra quienes quieren resignar la "agenda" de análisis e investigación a una adaptación brusca y cómoda, confiando en que así podrán ser elegidos en la selección natural que el propio sistema plantea al interior de las instituciones y del mercado.

En este caso ciertas discusiones como la incidencia de lo cultural en lo social y viceversa cobran la importancia central de reflexionar sobre el carácter de la intervención político-cultural. Mientras en algunas zonas de América Latina se padece una falta de diagnósticos y de acceso a la información, en otras hay una importante circulación académica de análisis sociales que entregan una rica información sobre el "estado de las cosas". Sin embargo, la "falta de diagnóstico" termina constituyéndose en la coartada para la postergación de la intervención. Pareciera que la frustración por el relativo éxito del discurso neoliberal ha llevado a que cada vez se intente más interpretar el mundo al tiempo que se abandona la idea de transformarlo. La intervención político-cultural, entonces, corre el riesgo de diluirse del horizonte de expectativas de amplios sectores de la *intelligentzia*. De ese modo, se produce una disociación creciente entre:

1. Carácter de la intervención analítica: se señalan los desajustes del capitalismo, las políticas de exclusión social, etcétera.
2. Carácter de la intervención institucional: apuestas político-académicas en las universidades, posturas teóricas en los congresos, nivel de las declaraciones públicas.
3. Carácter de la intervención política: apoyo en su momento a transiciones reguladas, a gobiernos ajustadores y privatizadores, resignación ante el poder del mercado.

Por otra parte, la crisis económico-social también se vincula con el campo comunicacional y cultural tanto en la práctica profesional como en las estructuras académicas que sufren el embate de la racionalización y la subordinación al mercado, en sus tendencias prevalecientes. El panorama laboral no es diferente en las pujantes empresas de comunicación y en las viejas fábricas.

La tan señalada como poco enfrentada tendencia a la concentración multimedática es una de las facetas de este proceso. La celebración nacional del aniversario de *Clarín* ya mostró las huellas de un silencio nada crítico a este tipo de funcionamiento comunicacional de masas. La oligopolización creciente, en medio de una política sospechada de ciertas prácticas mafiosas, no resulta el mejor cóctel para recuperar la iniciativa alternativista con la fuerza y la claridad político-cultural que la etapa requiere. Este clima, cercano a la resignación intervencionista, atraviesa ya muchos fervores de estudiantes y docentes, periodistas y comunicadores del campo disciplinario. ¿Qué hacer frente a poderosas industrias culturales que cobran las formas de la economía y la política generales, combinada con la ausencia de una legislación que ampare de alguna forma estas prácticas tan desiguales?

La formulación de la necesidad de intervenir en estos procesos, de formular políticas comunicacionales y culturales asentadas en nuevas perspectivas políticas, eriza hoy la piel no sólo de las corporaciones sino también a no pocos académicos —que han creado su propio mercado—. Por eso, es imprescindible convocar a un debate sobre el alternativismo, las políticas de comunicación, los estudios culturales y aquellos problemas claves atravesados por la escurridiza cuestión del poder, en el doble sentido de confrontación y de posibilidad —Poder/poder—.

#### IV

Las publicaciones en general tienen diferentes formas de agradecimiento: las comerciales no ahorran demagogia en alabar a sus lectores; las estrictamente académicas agradecen las colaboraciones "entre pares"; las puramente políticas plantean que se sostienen en la misma convicción de emisores y receptores; las literarias, muchas veces suplican la compra como razón de su existencia y permanencia. Como ocurre con la comunicación y la cultura, espacios híbridos si los hay, a *Causas y Azares* le ocurre un poco de todo. Y entonces tiene que agradecer a lectores, colaboradores, difusores y a los que están de acuerdo con una política cultural que haga de la intervención política una parte importante de su identidad como grupo cultural y del análisis de la comunicación y la cultura una definición política.

## Investigación, semiología y comunicación: del estructuralismo al análisis en producción

### LOS AÑOS '60: ESTRUCTURALISMO, SEMIOLOGIA Y PALO ALTO

**CAUSAS Y AZARES:** *En La semiosis social planteás la cuestión de la fundación discursiva, el tema de la aparición del discurso y de su lectura posterior, a partir del Curso de Lingüística General de Saussure, y desarrollás la argumentación con respecto a las condiciones de producción y de reconocimiento. Retomando esa idea, ¿cómo ves, pasados estos años, los efectos de tu relación con Lévi-Strauss en la construcción del campo de la comunicación y la cultura en la Argentina? ¿Qué incidencia creés que pudo haber tenido su obra y la introducción del estructuralismo en el campo local?*

ELISEO VERÓN: El aspecto positivo que me parece un principio adquirido definitivamente en el trabajo de la descripción de textos, es la metodología comparativa, el análisis por diferencias. La idea de que el sentido sólo se produce por diferencias. Por supuesto, ese principio está en Saussure, no lo inventó Lévi-Strauss, él lo aplicó al análisis comparativo de la mitología. La noción misma de transformación está detrás de ese tipo de trabajo. Para mí, dicho principio contiene una

consecuencia —que tal vez Lévi-Strauss no formuló de esa manera—: que de un texto no puedo decir nada, no tengo modo de analizarlo, y sólo puedo comenzar a trabajar si pongo otro al lado y los comparo. Ese trabajo progresivo de identificación de diferencias por comparación me parece que fue uno de los aportes básicos de Lévi-Strauss, más allá de la teoría de la sociedad que podía tener.

Negativamente, lo que a mí siempre me faltó en relación con el estructuralismo es que nunca se interesó en el comportamiento y yo sí me intereso mucho en el comportamiento. Esta es una problemática totalmente ausente en el estructuralismo. Lévi-Strauss describe sistemas de representaciones independientemente de lo que las sociedades donde aparecen puedan hacer con ellas. Ese es el aspecto que me pareció siempre ausente. Desde mi punto de vista eso explica mi acercamiento a Bateson, a otro tipo de planteos, tanto de la sociología como de la psicología social, etcétera, que se interrogan sobre la conducta, sobre la acción social.

—¿En qué medida ves en esta reformulación del estructuralismo y la preocupación por la conducta y el comportamiento parte de las determinaciones de tu propio camino in-

**telectual y de tu ubicación en el campo argentino, en un país dependiente? ¿Hay influencia de ese contexto para leer el estructuralismo de esa manera? Porque ahí también aparece el tema de lo ideológico que está presente en tu preocupación en ese período.**

—Ese tema también estaba presente en el estructuralismo. Es el aspecto un poco "marxoides" que tuvo siempre Lévi-Strauss. El mismo presentaba todo eso como un instrumento para estudiar la superestructura. Era una especie de declaración de principios, aunque él nunca lo desarrolló realmente. En todo caso presentó su trabajo explícitamente, en muchos textos viejos o muy viejos, como una contribución al análisis de la superestructura. Entonces creo que lo ideológico también estaba ahí. Lo consideraba un poco en esos términos, es decir, dentro de una postura más o menos marxista, como alguien que se interesaba en estudiar con detalle cómo se construyen estos sistemas de representaciones, estas ideologías, cómo funcionan, cómo se desarrollan, cómo se transforman. Y, en realidad, buscó siempre conexiones ¿no? En los grandes libros de Lévi-Strauss sobre mitologías, él siempre remitió las características de los mitos a condiciones que uno hubiera llamado en aquel momento infraestructurales.

**—Había movimientos de Marx en la lectura de Lévi-Strauss...**

—Había referencia a los aspectos más materiales, cada vez que él estaba estudiando cómo se había transformado tal o cual tema, eso lo reenviaba, por así decir, a condiciones de vida. Incluso la problemática acerca del pasaje de la Naturaleza a la Cultura tenía mucho que ver con un modo un poco marxista de estudiar la cultura. Creo que eso debe haber influido bastante en aquella época. Lo

que pasa es que después vinieron los años '60. El trabajo que hice con Carlos Sluzki en aquellos años en el campo de la psiquiatría social tenía un objeto muy poco levistraussiano, era una problemática de tonalidad mucho más americana, que tenía mucho desarrollo en esa época, no sólo en el grupo de Palo Alto sino en general. Era un tipo de aproximación que se interesaba mucho más en estrategias comportamentales. Y ahí, intenté en diferentes momentos una especie de articulación, pero era difícil hacerla, entre la óptica levistraussiana y la observación de los pacientes neuróticos en un hospital. Yo trataba más o menos de ver cómo se podían juntar, y supongo que había una manera de entender lo que después se llamó sistemas de representaciones, asociados a estrategias comportamentales, pero esa síntesis no era fácil.

En mi caso nunca se integraron, porque después seguí por un camino un poco diferente. En esa época se estaban organizando las ciencias sociales, con Germani, todo eso era muy nuevo en los años '60. No había tradición; quiero decir, las investigaciones que se empezaron a hacer en esa época eran las primeras, no había nada atrás.

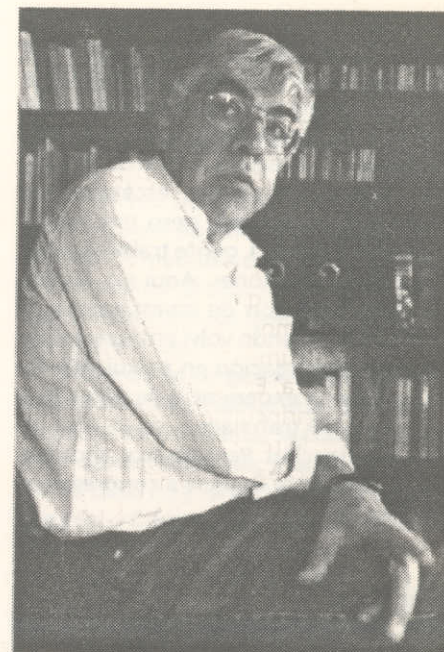
**—Quizás había en ese momento un sobrepeso de lo político. ¿Cuál era la relación en los años '60 entre los dos campos, ese campo virgen, que se estaba haciendo, que estaba construyendo sus propias investigaciones, y el de lo político?**

—Sí, claro. A mí el estructuralismo me sirvió para enfrentar el funcionalismo de Germani, fue así como funcionó. La Carrera de Sociología estaba dominada por Parsons y muchos otros autores funcionalistas, que no dejan de ser importantes, pero que constituían una visión del mundo particular. La problemática de Lé-

vi-Strauss permitía introducir una cosa diferente, antifuncionalista. Ese fue un poco el nudo ideológico de lucha intelectual en ese campo bastante restringido que era el Departamento de Sociología.

**—Cuando aparece la revista *Lenguajes*, en 1974, ¿ya la relación con el estructuralismo había cambiado, no? Es decir, ya hay una semiología estructuralista y ustedes asumen una posición un poco incómoda entre el estructuralismo y el antiestructuralismo. ¿Cómo entran ustedes en esa polémica?**

—No creo que realmente nosotros hayamos entrado en esa polémica, porque para eso tendría que haber habido gente que aquí hiciera estructuralismo y eso no existía. Investigación antropológica u otra, en términos levistraussianos, ¿quién hacía en este país? Nadie. O sea que no había acá una polémica. Lo que pasa es que en los años '60, el estructuralismo fue una especie de horizonte, lo era para mí también, a pesar de que no se puede decir que yo era levistraussiano. Le servía a la gente como una especie de horizonte conceptual general. Cuando me fui, en el '61, a París, asistí al famoso seminario de Barthes que se llamó después *Elementos de Semiología*. Eso ya era otra cosa. Un poco después Greimas publica la *Semiología estructural*, todo eso fue en los '60. El estructuralismo en realidad se había desarrollado más bien en los años '50. Cuando me fui a trabajar con Lévi-Strauss estaba ya publicado el primer tomo de la *Antropología estructural*. Los '60 son más bien algo que va más allá del estructuralismo. Primero Barthes, después Greimas, después Kristeva, que empieza a publicar en esos años, Metz. Todo ese grupo ya hace semiología, pero ya no es más el estructuralismo. Ese enfrentamiento entre los semiólogos nuevos y los levistraussianos se



Fotografía: PABLO CABADO

produjo en Francia, acá no. Allá sí había gente trabajando en las dos cosas, estaba el laboratorio de Lévi-Strauss con toda la gente que trabajaba con él, estaba Barthes, que empezaba a tener sus alumnos, Metz que estaba ya empezando a constituir lo suyo, y la gente de la revista *Communications*. Esa es la gente que funda la semiología. No tenían mucho que ver con los etnólogos del laboratorio de Lévi-Strauss. Yo iba a los dos. El Seminario de Lévi-Strauss era un seminario muy técnico, lo que se discutía ahí era el trabajo de campo estrictamente, eran jóvenes que venían a presentar el trabajo etnológico que estaban haciendo. La semiología estaba en la revista *Communications*, que en ese momento empezaba a funcionar bien aunque tampoco fue nunca un verdadero equipo, cada uno hacía sus cosas, se juntaban para hacer el número de la revista.

Cada individuo después fue constituyendo su propio equipo. Metz se rodeó de una serie de gente, Morin estaba haciendo otra cosa, en sociología del cine, nada que ver con la semiología, era muy anti-semiológico. Después entraron los demás, Todorov, Kristeva, etcétera. Eso nunca fue un equipo, pero por lo menos había polémica, gente trabajando en diferentes direcciones. Aquí no, insisto, no había tradición de investigación. Y, en el fondo, cuando volví entramos a hacer esta investigación en psiquiatría social, ya con la experiencia de Bateson, y del '64 al '70 trabajamos cinco años en esa investigación. Pero en esos años íbamos a Palo Alto, íbamos a congresos en Estados Unidos.

#### EL DI TELLA: ARTE, INVESTIGACION Y TEORIAS DE LA COMUNICACION

—Respecto de esos años, en el libro de John King *El Di Tella y el desarrollo cultural argentino en la década del '60 (1985)*, decís que el Di Tella significó un aporte muy importante por la posibilidad de comunicarse con el mundo. ¿Cuál era la relación entre la actividad del Centro de Investigaciones Sociales del Instituto, al cual estabas vinculado y los Centros de Arte? Porque hay un breve período en que escribís sobre diferentes obras, desde los happenings de Minujin hasta las obras de los medios de Jacoby?

—No se trataba de una relación institucional, en la medida en que los investigadores principales del Centro de Investigaciones Sociales no tenían mayor relación con los artistas. Efectivamente, el Di Tella había creado un cierto clima. Los investigadores iban a ver las

obras de Alfredo Rodríguez Arias, pero era una especie de clima general. Personalmente yo me mezclé más con eso, pero no era que el Centro de Investigaciones Sociales lo hiciera. Entré al Di Tella simplemente porque era el único lugar que podía darme una cierta continuidad. La investigación que venía haciendo sobre neurosis, era una investigación de la Universidad, y en el '66 cuando nos echaron nos quedamos sin marco institucional para continuar. El Centro de Investigaciones Sociales del Di Tella nos acogió, y después la Editorial del Instituto publicó el libro.

La actividad artística se articuló alrededor de ciertas personas, que era la gente de la que hablaba siempre *Primera Plana*, cuando se hacía alguna obra o algún happening. En mi caso fue más bien una aventura personal, yo era amigo de Masotta.

—Tu análisis de aquel momento se refiere fundamentalmente a las obras que involucran a los medios masivos.

—Bueno, lo que pasa es que en esa época ya empezaba a interesarme en los medios, en la medida en que muchas de esas obras eran una especie de metabras sobre la comunicación, los trabajos de Minujin, e incluso los de Masotta. Además, en esa época hice un análisis sobre la representación de la violencia política en ciertos medios, que fue presentado en un coloquio que organicé en el Di Tella en el '67. Ahí ya me estaba acercando a esta problemática de los medios. La investigación sobre comunicación y neurosis no estaba terminada, pero en realidad a mí la psiquiatría social no me interesaba en el largo plazo. Todo esto tiene mucho de circunstancial. Empecé a trabajar en eso porque era amigo de Sluzki, conseguimos financiación y nos largamos. Para él formaba

parte de su profesión, pero yo no iba a seguir trabajando en psiquiatría social a lo largo del tiempo. Entonces, ya antes de terminar la investigación en el servicio de Goldemberg, ya estaba empezando a trabajar sobre la prensa escrita, que comenzaba a interesarme mucho más directamente.

—Volviendo al tema de las artes plásticas. ¿De alguna manera con Masotta veían una incompreensión en la crítica artística? Parecería que intentan una reflexión desde un cierto estructuralismo sobre la obra artística. ¿Eso está discutido en ese momento?

—Sí. Los otros tenían una vocación más directamente estética, como Marta Minujin, Jacoby en esa época. Para Masotta no sé, pero para mí era como un punto de pasaje. Formalmente nunca me interesó la teoría estética, no es mi tema. En aquel momento intervine porque había toda una problemática de medios y comunicación que empezaba a circular y esas obras tematizaban esa problemática. Pero no tenía ninguna hipótesis, ninguna opinión sobre el valor estético de los happenings. Lo que pasa es que cada vez más se hacían en Francia, en Estados Unidos, y ese era el aspecto internacionalista del Di Tella. Pero yo estaba mezclado en eso por razones que no tenían nada que ver con las artes plásticas.

Esas obras me daban la ocasión de aplicar ciertos útiles que empezaban a constituirse, que venían de la lingüística o de la semiología, era una ocasión para aplicarlos a un objeto concreto como un happening, ver cómo está hecho, comprender cómo está construido. Era una actitud un poco estructuralista...

—En el caso de la experiencia del arte de los medios que comentás en el diario *El Mundo* hacia 1966 y en

un texto inédito, allí señalabas que la obra ponía en juego la idea de que los medios creaban la realidad. Desde hoy esto podría considerarse anticipatorio de reflexiones posteriores.

—No creo que tuviera muy claro ese problema en aquel momento, la cuestión de los medios no como reproductores sino como productores. Retrospectivamente reconozco que, en efecto, había algo de eso.

—Me da la impresión de que, en ese momento, había una diferencia importante entre tu lectura y apropiación de McLuhan, y la de Masotta. En tu caso hay una distancia mucho mayor. ¿Cómo recordás la circulación de este autor en esos años?

—En relación a mí no circulaba para nada, siempre estuve en contra, me parecía a la vez abstruso y poco útil. Yo estaba muy volcado a la investigación, ya en esa época, entonces no me interesaba ese discurso genérico y vago sobre los medios. Creo que el problema que había acá era que en función de los múltiples cortes que se producían, de la conmoción política y todo eso, era casi imposible darle continuidad a la investigación. Consideraba y considero muy negativo esas modas conceptuales que no se traducen en nada, pero que le permiten a la gente hacer como si se pudieran discutir cosas. McLuhan cumplió esa función. Dadas las características de sus escritos, servía para discutir sobre los medios sin investigar nada sobre los medios.

Con Althusser pasó lo mismo. Aquí no había tradición de investigación desde un punto de vista marxista, entonces, Althusser sirvió para hablar de *El Capital* sin haberlo leído. El noventa por ciento de la gente que hablaba de Althusser jamás había puesto sus manos sobre *El Capital* de Marx. Y McLuhan fue un poco

lo mismo. Es la función que cumple Baudrillard en los años '80. Permite hablar de todo sin investigar nada. Y eso creo que siempre fue muy negativo en un país como la Argentina, porque da pretexto a discursos que no tienen detrás ningún trabajo concreto.

—¿Cómo relacionarías este tema con el lugar del ensayo en el campo intelectual? Porque esta observación que estás haciendo tensiona un poco el tema del ensayo dentro de las ciencias sociales, ¿no? No estoy polarizando entre ensayo y texto de investigación, pero está presente acá como problema. ¿Lo relacionarías con géneros expositivos o géneros de intervención?

—No sé si la noción de género es útil para aclarar ese tema. No es tanto el estatuto del ensayo, porque creo que hay ensayos y ensayos. Alguien que hace investigación puede escribir un ensayo en un momento dado, y ese ensayo va a estar alimentado por su experiencia de investigador. Y hay gente que escribe ensayos sin nunca haber investigado nada. Son modalidades de ensayo muy diferentes. No me parece mal, al contrario, que un sociólogo que hace investigaciones pueda escribir un ensayo sobre la naturaleza de la sociedad posindustrial, o alguna cosa por el estilo. Pero hay otro tipo de discursos que no están sustentados en la investigación. Cualquiera puede elaborar una teoría general que puede ser muy interesante, pero las teorías son diferentes si están alimentadas por la investigación y si no lo están. Doy el ejemplo de Baudrillard en ese sentido: no hace investigación pero tiene una teoría general sobre la sociedad. Está bien, sus libros expresan su opinión, pero no va más allá de un punto de vista subjetivo sobre las cosas. Siempre fui contrario a esto. No discuto McLuhan, si

algunas cosas que dice son interesantes o no, discuto los efectos devastadores que esos textos tienen en países donde no hay continuidad en la investigación. Sirve para que la gente sienta que está al día y discuta de cosas en el aire.

### LA SEMIOLOGIA EN LA ARGENTINA Y LA REVISTA LENGUAJES

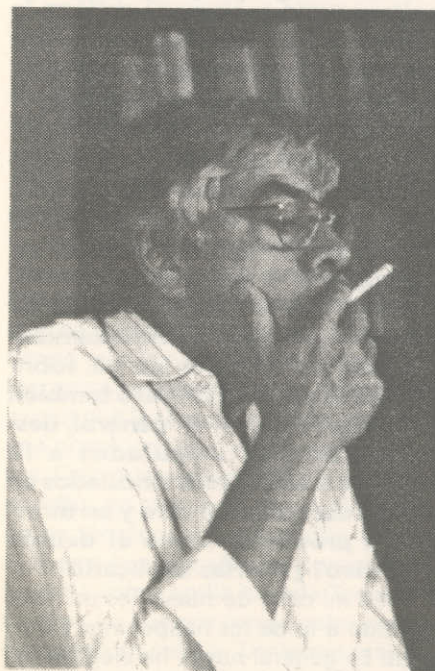
—Esa misma reacción uno podría pensar que está presente, por ejemplo, en todo ese espacio que en *Lenguajes* N° 1 y 2 le dedican al "Balance y polémica", primero con *Para leer el Pato Donald* y después con las reflexiones de Cine Liberación. En el segundo caso, ustedes ponen todo un "aparataje teórico" donde reproducen textos de Metz, de Kristeva, etcétera., sobre cine y luego critican esos otros textos de Solanas y Getino. ¿No está un poco esa intención también, de poder encontrar un sustento científico incluso para un proyecto político alternativo frente a lo que se caracteriza como más vago, sin fundamento?

—Habría que discutir casi texto por texto para responder exactamente. Creo que la cuestión de Mattelart fue un poco diferente. Era una polémica sobre políticas culturales. *Para leer el Pato Donald* era un objeto diferente de McLuhan. Daba la impresión de que Mattelart se había dado un objeto específico, mediático, el Pato Donald, y tenía el aire de ser una investigación sobre algo. Yo creo que no lo era, que es un libro lleno de estereotipos ideológicos. No había descripción del objeto. Había, en cambio, una concepción tan rudimentaria de lo que es la historieta y el humor, que nos pareció necesario señalarlo. Pero me parece un fenómeno un poco diferente. Otro pro-

blema es el del ensayo. Creo que ahí no es una cuestión de género, sino una cuestión de la relación entre cierto tipo de discurso y la práctica a la que reenvía, a la que remite. Ese es un tema. *Para leer el Pato Donald* es una pseudo investigación, un pretexto puramente ideológico para justificar un discurso antiimperialista.

—¿Podrías incluir toda la actividad de investigación de Chile, en esos años, en la misma tendencia, o ves como un exabrupto lo del Pato Donald dentro de ese programa de investigación?

—Lo que pasa es que, de nuevo, eso se cortó. Nosotros estuvimos allá. Un grupo de la Asociación Argentina de Semiología fue a un congreso que debe haber sido en el '71, un año y medio antes del golpe. Yo me estaba por ir a Francia. Y



Fotografía: PABLO CABADO

ahí tuvimos reuniones de trabajo y discusiones. Había cosas muy interesantes, había una problemática sobre las revistas semanales. Pero ese equipo no lo creó Mattelart. Lo que recuerdo de las reuniones del grupo de trabajo es que había cosas realmente muy lindas. Se estaba constituyendo una problemática sobre los géneros en los medios, las revistas semanales, los diarios, la televisión, en la medida en que había proyectos asociados al gobierno. No sé qué pasó después con esos investigadores. Nunca más volví a Santiago hasta el año pasado.

—En el proyecto de *Lenguajes*, en un principio al menos, parecía combinarse lo político cultural y el peso de lo académico dentro del campo teórico disciplinario. Incluso, el editorial del N° 1 se llama "Medios masivos y política cultural: Teoría, estrategia, tácticas" y ustedes, después de hacer la crítica al contenidismo, al tecnologicismo y al economismo postulan, frente a ellos, un proyecto disciplinario que se combina con una concepción de las políticas culturales. ¿Qué peso adquiriría cada uno de estos dos elementos en los diferentes momentos de *Lenguajes*?

—Supongo que en el curso del tiempo eso fue cambiando. Efectivamente, creo que estaban las dos cosas. Había una voluntad de generar un campo de la semiología, facilitado porque ya teníamos contactos internacionales, yo había conocido a Kristeva poco después de que ella llegara a París, después lo hicimos venir a Metz. Se estaba construyendo una especie de red muy conectada al proyecto semiológico internacional. El primer congreso internacional fue en el '74 en Milán, y ahí estaban todos: Lacan, Jakobson, las grandes figuras del mundo semiológico. La asociación argentina se había creado



antes. Había ya algunas asociaciones nacionales, pero pocas. La nuestra debe haber sido la quinta o la sexta que se creó en el mundo. Después eso se desarrolló mucho a partir del congreso de Milán. Todo esto significó una apertura, un poco como lo que ocurrió con el lacanismo después, grupos locales pero que están insertados en redes internacionales, eso es lo que se estaba construyendo. Y por otro lado, en esa época nosotros vivíamos esa postura y ese proyecto en oposición a ciertos otros modos de trabajo. Nosotros siempre estuvimos enfrentados al núcleo de lo que podía representar Mattelart en América Latina, conceptualmente y en términos de investigación. Ese aspecto de política, no sé cómo llamarlo, estaba también detrás, sin duda y aparece en la revista en distintos momentos. La crítica al libro sobre el Pato Donald es al mismo tiempo una especie de manifiesto.

—¿Cuál es la experiencia que tenían en ese momento con Gramsci?

—La mía es casi inexistente. Gramsci estaba más bien detrás de *Pasado y Presente*, del grupo de Córdoba. Ellos estaban más familiarizados con ese tipo de reflexión que yo. Esto ya era a principios de los '70. De alguna manera, yo me estaba alejando de la inspiración marxista. A Gramsci nunca lo usé. Debo haber leído algunas cosas pero no lo conozco bien. Tal vez me equivoque, pero creo que ninguna de las personas que intervinieron en *Lenguajes* se interesaba en Gramsci. El acento estaba puesto más en la instalación de una disciplina, una especie de acento más académico y menos ideológico, me parece. Creo que la cuestión de investigar acerca de la construcción de los medios era algo que nos interesaba a todos de diferentes maneras. Por otro lado, retrospectivamente creo que a medida que uno investiga el

fenómeno de los medios, cuando uno empieza a comprender la complejidad de los medios, poco a poco se va dando cuenta de la imposibilidad de conservar la distinción entre la estructura y la superestructura, entendida como modelo explicativo de determinación que va de una cosa a la otra. Si los medios forman parte de lo que se llamaba la superestructura, uno se da cuenta de que la hipótesis de la determinación por la estructura es insostenible. Las cosas son mucho más complicadas. No se puede tener una concepción lineal de determinación como esa porque no funciona. De ahí la pregunta de cómo entonces se puede entender el carácter productivo de los medios.

—Te quería preguntar sobre dos desplazamientos de objeto y metodológicos entre las primeras producciones de *Lenguajes* y la producción sobre todo tuya y de Steimberg y Traversa en los años '80. Estos dos desplazamientos estarían vinculados a que tus textos de *Lenguajes* 1, 2 y 3 son fundamentalmente teóricos, de marco general, y los textos de Traversa son sobre cine, y los de Oscar Steimberg son textos sobre la historieta. Incluso, tu artículo en *Lenguajes* N° 4 sobre la telenovela también abarca esta dimensión de la ficción. ¿No hay un desplazamiento desde los '70 hasta los '80, sobre todo en tu producción pero también en la investigación en general, desde textos más vinculados a lo ficcional, a textos más vinculados en tu caso específico al vivo y en directo o a productos como el debate televisivo? ¿Podrías explicarlo?

—En mi caso, de nuevo, es un poco parecido a lo de los happenings y esas cosas. En general nunca he elegido objetos estéticos o ficcionales. Lo que me

interesó en ese trabajo sobre la telenovela era el borramiento de la frontera entre ficción y realidad. Lo veo así ahora. Así como algunos happenings me sirvieron para reflexionar sobre los medios o la metacomunicación, la telenovela me sirvió para plantearme una cuestión que tiene que ver centralmente con los medios y su producción. Lo que me interesaba no era tanto la telenovela en sí misma, sino todo el proceso que tenía detrás. Que es muy parecido a la discusión que se hace hoy sobre los reality shows. El tema ya estaba planteado hace veinte años, no es nuevo.

—Ahora, si en términos más generales en la instalación de la semiótica en la Argentina, el análisis de productos específicos está ligado, en los primeros años, a lo ficcional ¿esto puede estar relacionado con cierta tradición y vinculación fuerte con el análisis literario u otras vertientes o a que la presencia del "en vivo y en directo" de los medios en aquella época se vivía de otra manera y, en ese sentido, no adquiría la presencia que adquiere hoy que hace obligatoria la referencia a ese tipo de fenómeno?

—No sé, no puedo hablar por los otros, no puedo hablar por Steimberg... El me parece que es el caso más claro de que ha guardado preocupaciones que tienen que ver con los géneros, con la literatura en general. No es mi caso. Me parece que la especificidad del grupo era una preocupación por los medios masivos. Creo que el grupo estaba más en el espíritu, en términos de problemática, no en términos de orientación teórica, ni de una semiótica literaria propiamente dicha como podía hacerla Todorov o Barthes. Lo que nos congregaba, me parece, eran los medios. Los textos eran ficcionales pero mediáticos: la historieta,

la telenovela, el cine. Creo que lo que nos unía era ese objeto nuevo de investigación, que empezaba a aparecer. Y en aquella época, cuando uno usaba a Jakobson, no lo usaba porque era un modelo para la poética. Se lo trasladaba a objetos que no tenían nada que ver con la poesía. Pero, por ejemplo, Steimberg escribe poemas y tiene otra relación con la literatura que la que puedo tener yo.

En el caso del cine también, creo que lo que nos interesaba era el cine como discurso mediático, más que una teoría estructural sobre la obra cinematográfica. Pero esto tienen que preguntárselo a Traversa... El grupo de Metz fue realmente el primero que se puso a analizar productos mediáticos, aunque la problemática de medios y sociedad no le interesaba. Pero con todo fue el primer objeto mediático sobre el cual hubo una teoría más o menos constituida. Es cierto que el cine fue el primer objeto por razones de prestigio cultural. A mí en realidad nunca me interesó demasiado como objeto de estudio. En Francia a fines de los años '70 y principios de los '80 yo ya estaba trabajando sobre la televisión. Y mucho colegas me miraban como diciendo "la televisión, esa banalidad, a quién le interesa". Hacer análisis de películas era bien visto, pero si hacías análisis de un noticiero, hace diez años, te miraban con extrañeza y un cierto desprecio condescendiente.

—El cine tenía todo ese prestigio...

—Suponía una pasión por el género. Todos los que hacían semiología del cine eran cinéfilos, eran apasionados del cine. Y eso justificaba ocuparse del objeto. Los investigadores que hacían semiótica literaria también eran apasionados de la literatura. Había una relación pasional con el objeto. Claro, se supone que ocuparse de un noticiero no implica pasión

detrás, pero a mí, sin embargo, me fascina la televisión.

## LOS SENTIDOS DE LA RECEPCION

**—En un momento de la polémica entre Lenguajes y Comunicación y cultura hay un artículo bastante conocido de Schmucler donde plantea que, en última instancia, el sentido se termina de consumir en la recepción. Es un artículo bastante anticipatorio de una serie de discusiones producidas en los '80. Pero efectivamente los análisis de Lenguajes son fundamentalmente en producción. Tu artículo sobre la telenovela, del '80 introduce ciertos elementos de respuesta del público, modificaciones en la producción vía llamados telefónicos en telenovelas...**

—El artículo sobre la telenovela lo presenté en el congreso del Premio Italia '77, organizado por la RAI. Después se tradujo para *Lenguajes*.

**—Bueno, en ese sentido sería contemporáneo de tus propias elaboraciones en torno a la teorización de las instancias de producción y de reconocimiento en *La semiosis social*.**

—Sí. El texto en que aparece eso más conceptualizado, que es "Fundaciones", lo escribí en julio/agosto del '75.

**—Es contemporáneo del artículo de Schmucler. Hay una serie de producciones de los '80 donde ya el eje no se puede poner sólo en los análisis de producción sino que el análisis de reconocimiento está incorporado. Y esto tanto en trabajos tuyos como de otros investigadores. ¿Qué relevancia le das a este desplazamiento desde el punto de vista teórico?**

—Creo que tiene una importancia fundamental, lo que pasa es que ese proceso atravesó por distintas etapas. Una primera etapa más centrada en lo que después se va a llamar producción, por efectos del carácter inmanentista de esa primera semiología. Uno trabajaba con los textos y, al principio, eso no se llamaba análisis en producción, era simplemente análisis de un corpus. Con ese carácter inmanentista de la semiología francesa yo me peleé bastante. Entonces, cuando aparece esta cuestión de la producción y el reconocimiento, la problemática cambia radicalmente, en la medida en que ya análisis en producción no es más lo que antes se llamaba análisis de corpus, es otra cosa. No es que uno guardó lo que antes hacía, que era análisis de corpus, y le agregó una segunda parte, que era la recepción. No, esa primera etapa se transformó radicalmente. No es sólo agregarle una mitad al análisis, sino que cambia la naturaleza de las cosas que uno está relacionando. Esto se da esencialmente a través de la relación entre análisis en producción y condiciones de producción, que abre el corpus hacia afuera. En esa época había cierta conciencia de la importancia de la problemática de la recepción. Pero ese tema ha sido resuelto de varias maneras. Una es la manera inmanentista, como hace Eco. Eco no estudia la recepción; estudia el modelo de lector abstracto tal como aparece en el texto y eso no es estudiar la recepción. Sigue haciendo análisis de corpus. Análisis en reconocimiento para mí es ir a preguntarle a la gente, trabajar concretamente con los receptores. Eso transformaba profundamente las condiciones de investigación.

Personalmente, empecé a trabajar la recepción a partir de los años '80 en París, sencillamente porque tuve plata para hacer trabajo de campo. Hasta ese mo-

mento todo el mundo estaba en su casa analizando un corpus, y eso no costaba un mango. Por eso la recepción no se estudiaba, porque costaba caro: había que hacer entrevistas, crear situaciones de test, organizar grupos, etcétera. Ahí hay una cuestión de costos, simplemente. A partir del '80, '81, yo empecé a trabajar fuera de la Universidad. La cuestión del trabajo de campo siempre me había parecido esencial, no por casualidad trabajamos cinco años en un hospital interrogando a los neuróticos. Pero después, en los '70, era muy difícil. Yo era director de estudios en la Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales y no tenía un mango para hacer investigación. Entonces uno tenía que arreglárselas y generalmente la parte descriptiva, concreta, era un análisis en producción, porque uno no tenía posibilidad de hacer otra cosa. A partir de los '80 tuve esa posibilidad, y durante diez años hice investigación con trabajos de campo. En el '83 presenté la noción de "contrato de lectura" en un congreso en París y a partir de ahí hice trabajos para muchos grupos de prensa sobre la prensa escrita, siempre en producción y recepción. Pero entonces hice análisis en reconocimiento que no tienen nada que ver con el *Lector in Fabula*.

**—Hay una serie de investigaciones en recepción que se han hecho sobre todo en algunos lugares de Europa, en Inglaterra, que a veces dejan de lado el análisis previo de producción. Entre los discípulos de la Escuela de Birmingham hay una fuerte discusión porque algunos se concentran directamente en el análisis de recepción. Y también vertientes del funcionalismo que hacen sólo análisis de recepción, dejando de lado la producción.**

—Me parece un error. El trabajo de campo es radicalmente distinto cuando

uno lo encuadra en un análisis en producción. Hay que articular ambas cosas, pero eso da lugar a investigaciones más complejas. El contrato de lectura es el análisis de los invariantes discursivos del medio. Y después uno hace grupos o entrevistas, pero ya sabe lo que es ese contrato. Eso en los años '80 se instaló en Francia, hoy en día todo el mundo hace análisis del contrato de lectura. Los clientes te piden "por favor, póngame una fase de análisis semiológico". Se transformó en una rutina. Y tuvo un desarrollo mucho mayor fuera de la Universidad que en la Universidad.

**—En relación al problema de la recepción, en un reportaje que te hizo *Clarín*, hace unos tres o cuatro años, a partir del trabajo de Liebes y Katz en Israel planteabas: "en Dallas no vemos todos la misma película"...**

—Claro, Katz es un caso típico de alguien que viene de un universo totalmente ajeno a la semiología. Katz estaba escribiendo ya en la época de Lazarsfeld. El hace sociología de los medios y no análisis de las relaciones entre estrategias enunciativas del medio y fenómenos de recepción. La circunstancia que a mí me permitió trabajar en eso fue el hecho de que empecé a trabajar con empresas. Esto daba la posibilidad de hacer trabajo de campo en las cosas más diversas. Y fue muy interesante. Trabajé por ejemplo en el análisis de las modalidades de percepción de las formas de automóviles. Se generaron modelos semiológicos de descripción de formas para Renault, para Peugeot, y el análisis semiológico de las formas aparece como una fase esencial de la descripción de los nuevos productos.

**—En algunos textos atacás bastante el estatuto de la semiología. Entre otras cosas porque está definido casi institucionalmente, el cam-**

**po lo consagra, sobre todo la semiolingüística francesa. Unido a eso también comenzás a revisar la pragmática, la teoría de la enunciación. ¿Cómo ves en un período de veinticinco años estas disciplinas que tuvieron un gran auge, un gran prestigio, con todo lo de banalidad o esnobismo que se le puede atribuir? Porque si había un factor común en los sujetos que intervenían, era entenderla como un instrumento para la desmitificación y la crítica ideológica, vinculado de alguna manera al Marx más antropológico que daba cuenta de la alienación. ¿Eso ya es una necrosis de la disciplina, no está más en juego, ya no es un programa?**

—Es complicado, porque existe esa constante, pero ha habido diferentes modos de plantearla. Por ejemplo, en el caso de Barthes, creo que hay una gran influencia de Brecht. El se interesó y trabajó mucho sobre Brecht antes de *Mitologías*. En otros puede venir de una inspiración más marxista. En Paolo Fabbri, por ejemplo, hay una dimensión crítica que tal vez viene un poquito de Eco, pero que se transforma a partir de Baudrillard. Lo importante es preguntarse desde qué teoría se plantea la crítica. Porque todas esas actitudes, las llames de desmitificación o de crítica ideológica, suponen una teoría del efecto de los medios. Diría que en casi todos los casos la teoría que está detrás es extremadamente rudimentaria. No hablaría nunca de desmitificación porque no creo que los medios mitifiquen. Entonces, lo importante es qué teoría de los efectos está detrás de esa preocupación. Esas diferentes modalidades de crítica nacieron en una época en que la problemática de la recepción no existía todavía. A partir del momento en que se empieza a trabajar en recepción, y esto diría que es esencialmente en Eu-

ropa en los '80, uno empieza a darse cuenta de que los fenómenos de recepción son muy complicados y que ninguna de esas teorías más o menos rudimentarias permite comprenderlos. Hay un desfase temporal, porque el momento de la desmitificación, de la crítica ideológica, de las industrias culturales después, de la guerrilla semiótica de Fabbri y otros, no era una época en la cual la cuestión de la recepción fuese una cuestión central. Cuando el acento se desplaza a qué hace la gente con los medios, eso cambia las circunstancias en las que se puede pensar la pertinencia social o ideológica de un análisis de este tipo. Que creo que la tiene, pero el problema de los efectos de los medios es mucho más complicado que lo que se imaginaba cuando se hablaba del hombre unidimensional.

#### TELEVISION, POLITICA Y ESTADO

**—En entrevistas periodísticas ofrecés resistencia a la idea del poder total de los medios, planteás que “la gente no es boluda”, refiriéndote específicamente al tema político. Parecería que tiene un nivel ético diferente persuadir, influir o manipular a una persona para construirle una idea sobre los sentimientos en una telenovela, que engañarla en un debate electoral. Entonces, cuando la video política se instala se genera aquí toda una polémica, el libro de Landi, la publicación de Schmulder y Mata en Córdoba, el libro de Sarlo.**

—Tiene varios aspectos la cuestión. Un aspecto es que este fenómeno de generación de ideas o explicaciones sobre cuestiones que se sienten como importantes es permanente. Cada vez que pa-

rece pasar algo que tiene importancia social o que preocupa, se largan explicaciones muy rápidamente. Y es verdad que esta cuestión de la mediatización también se ha transformado en una especie de... como la globalización. No se puede hablar dos minutos en este país sin que alguien pronuncie la palabra globalización. Con la mediatización también pasó eso. Sirvió para, muy rápidamente, generar teorías... Esto me parece un fenómeno casi permanente, porque es mucho más fácil opinar que investigar. Lo que hace que Lipovetsky construya inmediatamente una teoría de “la sociedad como moda”. Creo profundamente que ya no puede haber más teorías generales, o mejor: no hay más explicaciones unitarias de lo que son las sociedades actualmente. No hay “la” explicación correcta. Hay que construir cosas mucho más complicadas. La mediatización reemplazó a la industria cultural y ahora todo el mundo habla de que vivimos en una sociedad mediatizada. Ya no se sabe muy bien qué significa. Esto no quiere decir que no haya un fenómeno inquietante. Pero eso es otro asunto.

**—¿Cuál es ese fenómeno inquietante?**

—Es un fenómeno que en realidad se plantea más en producción que en recepción. Por ejemplo, y hablo exclusivamente de Francia, creo que la irrupción de la lógica del marketing en el campo político produjo en el mediano plazo un empobrecimiento del discurso político. Es un proceso independiente de la problemática de la recepción. Después uno puede ver qué hace la gente cuando mira a un político en televisión, si vota o no vota, si la convence o no. Pero independientemente de los efectos o de la eficacia, está claro que si uno considera el discurso político en Francia en los años '80 hay un empobrecimiento.

No creo tampoco que sean los medios los culpables de esto. Son los políticos. Creo que en Argentina debe haber ocurrido lo mismo, en Francia está claro. Detrás hay una teoría de la clase política sobre los medios, sobre los efectos. Y es una mala teoría, en particular sobre la televisión. En esa época, (lo que digo es caricatural) lo esencial era controlar el color del traje y la corbata... Esto pasó, efectivamente, y es un fenómeno inquietante. Se vincula con otro tema que me preocupa hoy: el rol del lenguaje en la sociedad supuestamente audiovisual en que vivimos. Porque creo que el lenguaje y la argumentación son constitutivos del discurso político. No creo que la televisión, en cuanto lugar de debate, necesariamente impida el desarrollo de la argumentación. Si ha habido un empobrecimiento es por el tipo de lógica que se aplicó en la relación entre política y televisión, en la medida, por ejemplo, en que todos los consejeros de los políticos son publicitarios. Y eso creo que ocurrió prácticamente en todos lados. Eso genera una reflexión estratégica extremadamente empobrecida. Es un ejemplo que no tiene nada que ver ni con la alienación, ni con la mitificación, ni con nada. Es un ejemplo de una mala negociación entre dos actores sociales: los políticos y la gente de los medios. Ahí los que perdieron fueron los políticos, los medios ganaron.

**—Quizá la política entró a la televisión justamente en el momento en que la publicidad es el modelo dominante...**

—Coincide con varios fenómenos. Un primer fenómeno es, en los años '80 en Francia, el comienzo de la privatización. Antes era un poco diferente porque como la televisión era del Estado, no había problemas de rating. Se venía de una larga época en que la televisión era el

instrumento del Estado para educar al ciudadano: esa era la televisión pública. Los años '80, que son los de la irrupción del marketing en la política, coinciden con el comienzo de la privatización. Creo que todo el mundo estará de acuerdo en Francia en que en estos últimos diez años la calidad de la televisión bajó mucho. Está dominada por la lógica comercial. Al mismo tiempo que iba pasando eso, todo hombre político que se precie, importante o no, se adjunta un consejero en comunicación, que es un publicitario. Ese es otro aspecto del proceso. Después todo eso culmina con la crisis de legitimidad del sistema político. Y nadie les cree más a los políticos, tengan el color de corbata que tengan. Entonces, es un proceso bastante complicado pero que tiene aspectos alarmantes.

Por otra parte, se plantea la discusión en torno a los cambios en la televisión con el proceso de privatización. Por ejemplo, Wolton plantea la hipótesis de que la televisión cumplió un rol esencial en la constitución de la identidad nacional en Francia y otros países de Europa. Y probablemente sea cierto, independientemente de si el régimen general del sistema televisivo es público o privado. La condición es que haya pocos canales. En Francia, ese fue el período en que había uno, después dos, luego tres. Todos del Estado. Algo parecido debe haber pasado en regímenes de tipo privado con televisión muy concentrada. Esa época se terminó. Francia está más atrasada en el cable, comparada con la Argentina, pero todos los países van a terminar en una situación en la que habrá una oferta de setenta, ochenta canales. Una de las razones por las cuales Wolton sigue insistiendo en la importancia de mantener servicios públicos es esta cuestión de cumplir una función relacionada con la identidad nacional. A mí me parece muy

difícil en una situación de fragmentación creciente, porque finalmente, cuando hay sesenta canales el canal nacional lo va a ver una proporción muy reducida del público, ya sea un canal bueno o malo.

Lo que me parece interesante es que la cuestión de definir una orientación global por parte del medio se plantea siempre que se tienen grandes audiencias y, por lo tanto, los líderes del mercado se lo plantean. Es el caso de TF1, que había sido el primer canal del estado y fue privatizado. TF1 es líder del mercado francés, está cerca, con fluctuaciones, del 50% de la audiencia. Y lo que es interesante es que ahí hay una cosa que está cambiando también desde la óptica comercial. La óptica comercial durante mucho tiempo tenía una lógica multitarget: uno corta en rodajas la programación y cada período del día está dirigido a un público. Esa lógica multitarget se está transformando y TF1 se está planteando el problema de la lógica global: TF1 France tiene que tener una personalidad global. Es decir que tiene que haber una relación entre la telenovela y el noticiero. Tiene que haber un parentesco, una familiaridad de algún tipo...

**—Acá se empezó a hacer. La corporación baja una imagen que influye también en la continuidad de programas de diferente tipo. Pero en todo caso, esa globalidad que atraviesa o destruye la segmentación, estaría ligada también a una transformación en la vida cotidiana, a la desocupación, a la visión televisiva de los migrantes, a cómo se van construyendo determinadas identidades en relación a la televisión. Porque eso tiene un peso, ¿no?**

—Sí, pero lo que a mí me pareció más interesante es la reaparición de una pre-ocupación que existía antes bajo otra

forma en el caso europeo, en la televisión pública, que era educar al ciudadano... La televisión, además de difundir entretenimiento e información, tiene que transmitir de alguna manera una concepción del mundo. Esa suerte de "misión" global, que existió en la época del monopolio del estado, en términos muy republicanos de educación, reaparece en el régimen privado en el caso de los líderes. Como si TF1 se hubiera dicho: "nosotros tenemos la mitad de la población televisiva que nos está mirando; de alguna manera tenemos que utilizar nuestro poder de contacto en transmitir algo más que productos fragmentados y pensados para sectores específicos".

**—En varios lugares hiciste referencia a la cuestión de la centralidad de la empresa en la construcción de la identidad. Si quizás en otra época se construía en otros lugares, como en el sistema educativo, en la familia, ¿ahora se plantearía que hay una tensión entre los medios y la empresa?**

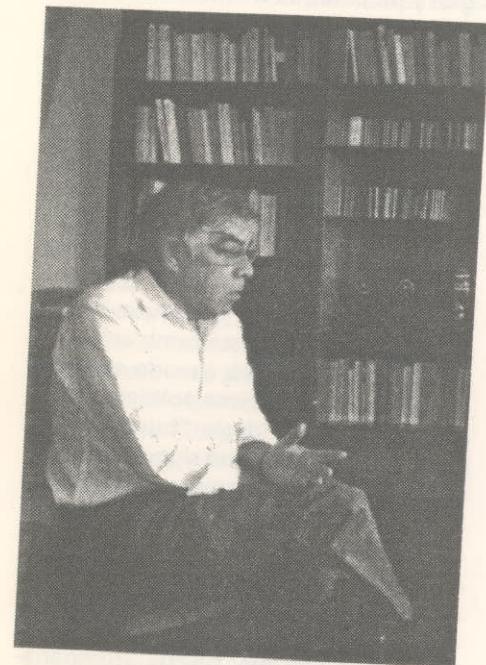
—Por un lado todas estas cosas están cambiando muy rápido y por otro la situación es bastante diferente en distintos países. Es difícil contestar en general, como una tendencia global de todos los países o sociedades llamados posindustriales. Porque por ejemplo, es muy distinta una situación en que han pasado toda una serie de cosas con la televisión, la prensa escrita, la crisis de la política, y no hay una fuerte estructura educativa estatal, comparada con los países donde sí la hay. Entonces en un país como Francia, por ejemplo, las cosas no van a pasar del mismo modo porque ahí la identidad republicana sigue siendo construida en la escuela pública. Si vos comparás eso con Estados Unidos o cualquier otro país donde las cosas son totalmente diferentes, aún cuando los fenóme-

nos mediáticos sean parecidos y haya más o menos las mismas tendencias de fondo, el resultado final va a ser diferente. Esto es para decir que yo voy a tratar de contestar a tu pregunta más bien pensando en Francia, porque entre Francia e Italia, por ejemplo, hay diferencias enormes. Porque estás comparando un país centralizado desde hace siglos y un país que siempre fue una colección de pedacitos. De nuevo, aún cuando a nivel de la televisión estén pasando más o menos las mismas cosas en Francia y en Italia, el resultado social final no va a ser el mismo.

Entonces, la cuestión de la centralidad de la empresa en Francia es un tema que tuvo bastante pregnancia en la sociedad, y en los medios en particular, en la segunda mitad de los años '80. Eso ya está desapareciendo; y creo que el estatus de la empresa está cambiando.

Ese tema emergió cuando se sintió venir la crisis del sistema político, entonces mucha gente decía "bueno, claro, como ya los partidos no significan nada, seguramente que la empresa va a ser un lugar en el cual el individuo va a poder construir su identidad". Creo que fue una especie de respuesta implícita o hipótesis, dado que el sistema político empezaba a tener una crisis de credibilidad y de identidad muy fuerte, acompañada de las otras crisis: la decadencia de la influencia sindical, la desestructuración de la familia, etcétera. Entonces se pensaba, si no queda nada, ¿dónde se construye el actor social ahora? Ahí se abrió esta cuestión de la empresa. Pero creo que esta cuestión se ha modificado bastante rápidamente y esta hipótesis se ha atenuado mucho, por razones que tienen que ver con la evolución misma de las empresas y, diría, con la incidencia del individualismo en el modo de relación con la empresa. Desaparece la empresa

donde uno entraba a los diecinueve años y se iba a los sesenta. Esto está en crisis también, y pareciera que inclusive en Japón. Los países europeos nunca practicaron como los japoneses esta metodología de "la empresa para la vida", pero había algo de eso. La situación actual está caracterizada por una especie de conflicto entre la supuesta unidad de la



Fotografía: PABLO CABADO

empresa y las trayectorias individuales. Dada la aceleración de las trayectorias individuales nadie entra a una empresa para sentirla suya. Antes se vendía esto de que "la empresa es como una segunda casa" y esto se está disolviendo por la evolución misma del mercado laboral. Es decir que, por un lado la desocupación como amenaza hace que el tipo no sepa si dentro de dos años va a estar ahí, así que cómo le vas a contar que la em-

presa es su familia. Por otro lado, más allá de esa amenaza que ahora afecta a todo el mundo, un factor contrario —por parte de los exitosos, no de aquellos que están amenazados de despido— es que cada vez más la carrera individual se construye independientemente de la empresa. Es decir, se entra en IBM por un cierto tiempo y después el ejecutivo se va a otra empresa, frecuentemente de la competencia. Cada vez más la trayectoria individual atraviesa las empresas. Entonces la cuestión de la identidad de la empresa se vuelve muy difícil, porque la empresa se convierte en un lugar de pasaje. Estos son dos factores que cuestionan el tema de la centralidad social de la empresa para la identidad del actor. Si a esto le agregás el internacionalismo creciente, la empresa se está convirtiendo en un "no-lugar", como diría Marc Augé. Se pensó que la empresa podía llegar a ser un lugar y no es un lugar. En todo caso, la empresa no parece ser ese lugar capaz de reemplazar al partido político, la familia, los sindicatos, como lugar de constitución de la identidad social de los actores.

—En un reportaje hablabas del nacionalismo como un lugar de respuesta a este tema. ¿Cómo ves ese fenómeno?

—No diría que es una respuesta porque aparecería entonces como una solución al problema. Es una reacción, sin duda alguna, ante la crisis identitaria. Hay una crisis de búsqueda desesperada de identidad. El caso de los países del ex-imperio soviético es particularmente traumático. En nombre de la recuperación de identidades perdidas, empiezan de nuevo a matarse unos a otros. Es como si hubieran parado la película hace sesenta años y ahora empieza de nuevo la proyección, en el mismo punto en que estaba entonces. Eso me parece asom-

broso. Como si esos sesenta años de estado unificado, centralizado como ningún otro, hubieran sido apenas un paréntesis fuera del tiempo. Me parece que habría que reflexionar sobre esto en relación con la cuestión del poder de los medios del que tanto se habla. ¿Cuál es el poder de la televisión para alienar a la gente? En la Unión Soviética hubo cuarenta años de televisión del Estado. No parece haber producido ningún efecto para modelar la mente de los rusos. Se podía imaginar que un sistema tan cerrado tendría que haber producido alguna cosa más estable, más duradera, haber estructurado algo más fuerte.

—Estaba asociada también esa televisión con otros fenómenos, había otros factores...

—Por supuesto, pero lo que quiero decir es que la capacidad de resistencia pasiva de la gente ante los medios puede ser enorme. Por más que vos veas todos los días el noticiero del Estado, eso no quiere decir que creés lo que te están diciendo. El caso de Rusia me parece un caso extremo; o no hay efectos de largo plazo, o bien esos efectos pueden desaparecer con una rapidez extraordinaria. La ideología consumista se instaló en los países del Este en unos pocos meses. En muchos casos estaba, sin duda, ya secretamente instalada como ideología anti-régimen. En todo caso, la situación en esos países después del fin de la Unión Soviética nos plantea interrogantes sobre el poder supuestamente ilimitado de los medios.

La Crujía  
CENTRO DE  
COMUNICACION  
EDUCATIVA

Libre-Echange. Bourdieu, P.  
Linares/ Ortiz Chaparro  
Reponses. Bourdieu, P.

La sociedad del espectáculo  
Debord, G.

Autopistas Inteligentes  
Linares Y Ortiz Chaparro

Apuntes d/1 Sociedad Interactiva  
Velázquez-Gatzelú, C. Comp.

La historia en directo  
Dayan, D. Katz, E.

Presentando este aviso tiene  
20% de descuento

Consultanos lo que necesites a: Tucumán 1999 - 1050 Capital Federal  
Por Tel/fax a: 375-0376/0664 - E-mail: lacrujia@wamani.org.ar  
De lunes a viernes de 10 a 20 horas

# PAIDOS

## 50º Aniversario

### • ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

**Jorge Halperín**  
LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA

**Jorge B. Rivera**  
EL PERIODISMO CULTURAL

**Damián Loreti**  
EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

**Ricardo M. Haye**  
HACIA UNA NUEVA RADIO

### • PAPELES DE COMUNICACIÓN

**A. G. Meseguer**  
¿ES SEXISTA LA LENGUA ESPAÑOLA?

**M. A. Ortiz y J. Marchamalo**  
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RADIO

**J. M. Pérez Tornero**  
EL DESAFÍO EDUCATIVO DE LA TELEVISIÓN

**P. Rodríguez**  
PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN: TÉCNICAS Y ESTRATEGIA

**L. Arfuch**  
LA ENTREVISTA, UNA INVENCION DIALÓGICA

**M. López**  
CÓMO SE FABRICAN LAS NOTICIAS

**J. M<sup>ra</sup>. Perceval**  
NACIONALISMOS, XENOFOBIA Y RACISMO  
EN LA COMUNICACIÓN

## Ciencias de la comunicación en la UBA: entre la formación y la crisis del mercado

“El objetivo fundamental de esta nueva carrera consiste en brindar un escenario de análisis y estudio, de experimentación y formación para aquellos que quieren participar en el noble ejercicio de ayudar a mejorar la calidad de la información, y el nivel de la comunicación humana, institucional y masiva, sin las cuales ningún valor humano y ninguna sociedad auténticamente democrática podrá ser viable. Sin información no hay sociedad posible” (15/4/1986). De esta manera el Consejo Superior de la UBA explicitaba los objetivos de la fundación de la carrera de Ciencias de Comunicación. Luego de la dictadura militar y en medio de un proceso de reconstrucción democrática de las instituciones universitarias se concretaba, después de más de diez años, el diseño de una carrera que por los avatares políticos y las presiones corporativas de los grandes medios no había llegado a la principal universidad del país.

En el enunciado transcripto queda claramente expuesto que la creación de la carrera lleva el sello de la etapa política en la cual se inscribe. Una creencia indudable en las posibilidades de modificar a través de la formación de “cuadros” el desnivel informativo que condiciona a toda sociedad que se precia de ser democrática. La oposición democracia/dictadura todavía resulta lo suficientemente ostensible en el campo de la información (y de su manipulación política) como para que se hicieran evidentes, en aquel momento, lo que actualmente se percibe como condicionamientos del “libre y equilibrado flujo de la información”. En todo caso más libre que equilibrado.

De todas formas y a los fines de esta introducción, resulta interesante observar que desde su nacimiento se fundamenta la necesidad de reconocer a la comunicación como un fenómeno no limitado a los medios masivos, cuyo desarrollo exponencial es el marco en el cual la carrera ha desarrollado su existencia. La mención de la comunicación institucional y humana en general (creemos leer interpersonal y grupal) resultó una buena intención inicial nunca confirmada por la carrera y su diseño curricular.

Este reconocimiento universitario, que coronaba el trabajo de la comunicología argentina de más de veinte años, no dejaba de tener el estatuto universitario tardío que poseen los estudios de comunicación dentro de las ciencias sociales incluso en los países desarrollados.

Si bien como ocurre habitualmente la creación consensuada de una carrera puede "suspender" (o archivar casi definitivamente) las polémicas teóricas, epistemológicas y político-culturales, la ambición inicial fue inscribirse dentro de las ciencias sociales con una perspectiva crítica y haciéndose cargo de nuevas situaciones como la masividad institucional de los medios, el nuevo lugar de construcción de los discursos sociales y la reconversión de la esfera pública. La existencia de otras carreras de América Latina (experiencia involuntaria de muchos de los que realizaron su diseño en la UBA) mostraba características muy diferentes a medida que nos íbamos alejando geográficamente del modelo norteamericano. De carreras de periodismo, bajábamos a currículas con predominio de análisis culturales hasta llegar a un cono sur, en donde prevalecen acercamientos estructurales e ideológicos. De todas formas en todos los intentos la evanescencia del objeto de la comunicación tiene su correlato correspondiente en la "problematicidad de la práctica".

Los comienzos encuentran a la Carrera con una mayor preocupación por conectarse con los movimientos sociales y organizaciones afines que le aseguran vasos comunicantes, "cables a tierra", ya que el territorio de influencia era un espacio hegemonizado cada vez más por la tendencia concentradora de los grandes medios, también grandes "ninguneadores" de su existencia.

## II

A la salida de la última dictadura, son las carreras de ciencias sociales las que vuelven explosiva su matrícula, a partir de la política restrictiva que realizó el gobierno militar en esos campos. Tanto la carrera de Comunicación como las diferentes especialidades de los diseños, marcaban una pauta social de las vocaciones profesionales como una clara señal del nuevo lugar de las "ciencias de los discursos" a mediados de los años ochenta. Una vuelta de tuerca del apogeo de la sociología de los setenta y de la psicología de los comienzos de los ochenta.

Sin embargo, aunque la carrera de Comunicación tuvo un auspicio institucional y político universitario en el comienzo y en la primera etapa de su desarrollo, con la llegada de una masa muy grande de alumnos, su respuesta no se distinguió de la aplicación del ajuste presupuestario y de la subordinación de las pautas académicas a las "imposibilidades" que indicaban prácticos superpoblados, dificultades para la coordinación de los horarios teóricos, fuertes restricciones en equipamiento inherente a la producción y un crónico problema edilicio.

La integración académica a la Facultad de Ciencias Sociales tuvo las marcas de las diferentes tradiciones que se ponían en juego en una articulación que parecía más un acuerdo sincrético que la superación de parcelas epistemológicas a través de una fluida circulación de saberes, materias, cátedras y personas.

La "adaptación" a los nuevos dictados presupuestarios hace que cualquier proyecto de reforma curricular, como el caso de la tan mentada departamentalización, se observe bajo la sospecha de responder más a las necesidades racionalizadoras (fusión de cátedras, dictados de teóricos generales, limitación a la libertad de cátedra y al pluralismo de perspectivas) que a criterios de especialización e intercambio académico.

Por otra parte, no resulta casual que frente a las restricciones presupuestarias se produzca una potenciación de los componentes burocráticos de la estructura universitaria, tanto en el terreno académico como en el espacio gremial estudiantil. La crisis política que el sector impulsor del proyecto de la carrera sufrió entre fines del período radical y el comienzo de la etapa menemista, acentuó aún más un panorama de desmovilización y repliegue de la participación, privilegiando de este modo la eficacia del aparato (agrupaciones, sujetos) al dinamismo del sistema (Carrera).

Si tal vez en la etapa de expansión de la carrera se observó una sobrepertidización del debate académico y gremial universitario, un aspecto de este funcionamiento quedó como residuo en el momento en que la dinámica de esos debates se diluye y condiciona, en oportunidades, auspicios, investigaciones, líneas de acción.

Se podría decir que, en cierta manera, la ilusión del libre y equilibrado flujo de la información, la construcción de comunicadores y comunicólogos críticos y una resultante sociedad democrática se daba de bruces con la privatización salvaje de los medios y su concentración en función de la lógica del capital monopolista, todo en medio de la crisis política de la socialdemocracia como alternativa "progresista".

## III

A lo descrito se pueden sumar algunas características que estaban presente desde el comienzo de la Carrera y que actuaron como tensiones (casi siempre bloqueantes); la frase repetida por los alumnos, "nos enseñan a hacer la crítica de los medios pero no a trabajar en ellos", no sólo encierra una determinada concepción de los medios (masivos y globales, no locales y específicos), sino que marca también un clima que se hace cargo de una supuesta sobreteorización que culminaría más en la formación de críticos culturales que en prácticos profesionales o investigadores de la comunicación.

La carencia de conocimientos acerca de las nuevas tecnologías podría ser una respuesta a partir de la formación general de los formadores docentes, pero también es el contexto de un ajuste presupuestario que no se puede hacer cargo de la actualización tanto del hardware como del software de los nuevos escenarios comunicacionales y culturales.

Para muchos de los protagonistas, la nueva situación política (inédita) de continuidad institucional democrático-formal por más de doce años los instala en el problema de definir los objetivos estratégicos de carreras impulsadas por aquellos que pensaron la política como la construcción de contrahegemonías y ahora deben administrar consensos institucionales.

Aparece entonces un problema de identidad que, unido a la explosión de la matrícula que en sí misma encierra la cuestión de la elección vocacional llevada por los vientos de la época y no por la atracción de un campo académico consolidado, origina respuestas híbridas que no se plantean desarrollar opciones frente al mercado sino que en cambio están pensando, en líneas generales, cómo resolver la salida académica de los alumnos (así se explica el diferente peso específico de lo alternativo frente, en cambio, a la cantidad de proyectos de diseño curricular: otras orientaciones, tecnicaturas, profesorado en comunicación).

En esta etapa crítica, y por lo expuesto, se debilitó aún más la relación de la carrera con lo social y comunitario. Su vinculación con el campo gremial-profesional —que en los inicios se expresó en el Convenio firmado con la Utpba para permitir el cursado de sus afiliados, e incluso en la presencia del gremio en la Junta Asesora de la Carrera— ahora se limita a la asistencia de periodistas exitosos, bajo el imaginario de una práctica profesional liberal, en detrimento de los colectivos sociales y alternativos. La ilusión integradora a lo masivo en clave multimediática gana otra batalla parcial. Frente a los proyectos mencionados al interior del grado, se plantea entonces la necesidad de la defensa de la formación, que se debilita en función de intereses coyunturales de política universitaria, ya que como se advertirá en seguida, el posgrado en la universidad pública está menguado y en la privada responde a criterios de negocio educativo.

Esto último también se desprende de investigaciones sobre el destino de los graduados en donde se advierte desde las primeras promociones la inquietud por la ausencia de posgrados (maestrías específicas), lo que derivó, al mismo tiempo de la crisis del mercado laboral, en la revalorización de la tarea docente como salida parcial y lugar de actualización.

En este marco resulta lógico que el mercado privado universitario diseñe una oferta adecuada al carácter masivo tanto de graduados en comunicación y en diseño como destinada a una cantidad importante de cuadros docentes, desprotegidos por el nivel cuaternario público. Parecería que en el ámbito privado se dispusieran dos grandes líneas. Una, la que interviene en el campo de la Sociología de la Cultura, aprovechando el retraso en la organización de la orientación de grado en Procesos Culturales en la propia Carrera y en la ausencia del posgrado respectivo en la Universidad Pública. En esta propuesta aparecen predominando teóricos e intelectuales del espacio "crítico y progresista" (como se advirtió en su oportunidad, cada vez menos críticos). El ejemplo puntual es el posgrado de la Fundación Patricios.

Aunque existen cruces académicos con la otra línea, se podría decir que por el lado de FLACSO y de la Universidad Hebrea Bar-Ilan la opción es la formación de "estrategistas", es decir, especialistas en transmitir saberes de comunicación y opinión pública para las tareas de gobierno y conducción política. Una reinterpretación del concepto de hegemonía adecuada para la etapa de integración definitiva al modelo dominante.

La ausencia de un contrapeso académico público en la formación del posgrado permite que la oferta privatista explicita sus objetivos de manera clara: "Nuestra realidad actual muestra que la sociedad formula sus demandas a través de los medios, que los ciudadanos viven una crisis de representación política y que el Estado requiere cada vez más legitimar sus prácticas de gobierno en la escena pública". (FLACSO)

Poco importaría para la tradición más democrática, igualitaria y de mayor nivel académico de la Universidad pública si esta realidad fuera simplemente la opción privatista en el espacio de la formación del posgrado en el área de la comunicación y la cultura; sin embargo, resulta más preocupante el hecho de que dentro del propio ámbito estatal la política del posgrado (y del grado) se está planteando en el marco del ajuste funcional a la racionalización y a los dictados del mercado. Por eso sería oportuno decir que la suerte de la carrera de Comunicación y la formación del posgrado puede estar decidiéndose en otro lugar.

La actual tendencia de privatización del posgrado, en el marco de la crisis de la formación, se ajusta funcionalmente a la debilidad de la resistencia opuesta por la UBA al recorte del

presupuesto educativo en los últimos años y a sus proyectos de reconversión académica, a los cuales no escapa el documento conocido como Acuerdo de Gobierno para la Reforma de la UBA que diversos sectores de la Universidad "consensuaron" en abril de 1995 en la ciudad de Colón. Por detrás de su retórica modernizadora y sensible frente a la crisis social actual, puede leerse el diseño que la hegemonía política universitaria tiene pensado para "responder" al avance del gobierno nacional y al modelo dominante.

En líneas generales el documento se hace cargo de un proceso de globalización económica y política desde una perspectiva que naturaliza y acepta como datos la dominación política e ideológica de los sectores privilegiados en ese proceso. En este sentido, en los criterios básicos de su propuesta se define explícitamente que "no se puede planificar para un mercado de pleno empleo", a partir del carácter estructural de la desocupación en diversos sectores. Aun cuando en los criterios de la reforma curricular se generaliza respecto de que "hay que preparar a los jóvenes para la empleabilidad, pero ante la posibilidad del desempleo deben estar capacitados para generar nuevas posibilidades de trabajo", parece descartarse la iniciativa científico-intelectual y político-cultural que toda universidad pública y sobre todo la argentina debe tener para el estímulo de una producción e investigación que se haga cargo de la crisis no sólo en la "adecuación" a las innovaciones que introduce el nuevo modelo sino también en la resistencia y oposición a la injusticia y la desigualdad social que acarrea.

A pesar de que el documento insinúa su ambición de seguir "reclamando" por un mayor presupuesto genuino, su espíritu desarrolla la expectativa de ingresos de fondos "provenientes de la cooperación y del sector privado" que jugarían un papel mucho más que complementario del presupuesto público, para la continuidad de la tarea universitaria. Esta apertura al financiamiento externo corre el riesgo de convertirse en una nueva fuente de condicionamiento de la producción crítica o, en términos más generales, de la adaptación curricular a los intereses de la demanda externa (término que por lo general no se precisa) dominante: "Ofrecer planes de estudio y títulos standard y la posibilidad del cursado de otros, diseñados ad hoc, en respuesta a los requerimientos de individuos o de instituciones públicas o privadas y de acuerdo con mecanismos especiales de aprobación y seguimiento de las currículas". Lo que se cumple también con las propuestas de investigación, con el riesgo de su subordinación: "Identificar y definir líneas estratégicas a partir de las cuales la UBA pueda plantearse demanda de investigaciones en función de requerimientos externos y oportunidades novedosas".

Es decir, el documento se plantea explícitamente la vinculación de la investigación y en particular la extensión (que rejerarquiza y saludablemente plantea incorporarla al currículo bajo la forma de "servicio social a la comunidad") a las "demandas sociales". Sin embargo, la ambigüedad del término, el contexto general, los límites de la estrategia de oposición y la asunción en los últimos años de la vigencia del actual modelo económico social como dato de la realidad —aunque se lo critica—, presentan un panorama por demás oscuro para el desarrollo en la Universidad que organice su producción en todas las áreas en forma crítica, con autonomía del mercado y vinculada a las necesidades de los que quedan fuera o en un lugar subordinado en el modelo dominante.

En este marco, quedaría por proponer que la Carrera de Comunicación retome su vinculación con las organizaciones intermedias y sociales, se plantee un diseño de intervención po-



lítico-cultural que privilegie el desarrollo del alternativismo como opción real y que "milite" en la organización de un posgrado que no responda solamente a los requerimientos del mercado y del progresivo arancelamiento de los estudios cuaternarios que promueve la actual dirección universitaria. No está demás afirmar, aunque suene "agitativo y panfletario" para algunos oídos, que para muchos cuadros docentes y graduados recientes el costo de estudios de posgrado resulta cada vez más inaccesible, lo que produce de hecho (y de derecho) una desigualdad intolerable para una disciplina que hizo de la búsqueda del equilibrio un horizonte de su práctica.

## IV

Los materiales que a continuación entrega *Causas y Azares* tienen el objetivo central de estimular el debate acerca de la actualidad y las perspectivas de las ciencias de la comunicación y de la situación del mercado laboral y profesional de periodistas, comunicólogos e investigadores, entre otros. La presencia de una diversidad de miradas, todas protagonistas y responsables en un campo complejizado, aun en su concentración estructural, permite un acercamiento lo suficientemente plural como para armarse de argumentos que nos permitan afrontar la combinación, un tanto paradójica, de la demanda social de los estudios en comunicación y cultura en el marco de una oferta empresarial racionalizadora (por renta mercantil e innovación tecnológica) y de la vacilante situación de los fenómenos alternativos. Desfilan respuestas académicas y gremiales, cuadros de situación del negocio informativo y comunicacional y un análisis puntual del campo periodístico desde la perspectiva teórica de Pierre Bourdieu.

**Causas y Azares** solicitó la opinión de los cuatro directores que condujeron en diversos momentos la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, desde su creación hasta la actualidad. A continuación se publican las tres respuestas recibidas a partir de las siguientes preguntas.

1. ¿Qué relaciones encuentra entre la historia del campo de la comunicación y la cultura y el surgimiento y desarrollo de la Carrera de Comunicación de la UBA?
2. ¿Cómo evalúa el nivel de formación de la Carrera?

### Alicia Entel

Fue directora interina de la *Carrera de Ciencias de la Comunicación* de la UBA entre 1988 y 1989. Desde 1990 hasta la actualidad es directora electa.

1. Si pensamos que ya los jesuitas desarrollaban políticas culturales y comunicacionales durante la colonización a vastos sectores aborígenes de Latinoamérica, si pensamos que en la constitución del Estado Moderno en Argentina la generación del 80 tenía muy presente el valor de la prensa, por decir un ejemplo, y si recordamos que ya en 1901 un grupo de periodistas en la ciudad de La Plata quiso fundar una Universidad de Periodismo, llegaremos a la conclusión de que la carrera de Comunicación, nacida en el ámbito de la UBA en 1985, resulta una creación tardía, una especie de sueño trasnochado cuando ya habían pasado en todo el planeta no sólo fenómenos mediáticos importantes sino reflexiones y debates constitutivos del campo.

Pero me parece reduccionista encarar el tema sólo de esta manera. En Argentina —en contraste con otros saberes que se configuraron principalmente en la vida universitaria y en el sistema educativo en general— se pensó, debatió y se aportaron ideas en relación con los fe-

nómenos mediáticos y con la Comunicación Social tanto fuera como dentro de la Academia. Se construyó un campo —y no una ciencia en sentido positivista— ricamente desprolijo. A partir de distintas proveniencias: el periodismo, la sociología, las letras, la filosofía, el cine, etcétera. Y en muchos casos se trataba de estudiar y producir opinión sobre aquellos fenómenos de masas que la Academia no jerarquizaba. Con esto quiero decir, en definitiva, que los estudios de Comunicación en la zona urbana de Buenos Aires al menos no crecieron —como sucedió en algunos sitios de América Latina— al calor de planeamientos al estilo de la Alianza para el Progreso ni fueron inicialmente centrales dentro de la investigación universitaria en Ciencias Sociales y Humanidades. Se desplegaron más bien en el cruce con la *política* entendida como compromiso para la transformación social, en la necesidad por parte de intelectuales de comprender modos de entretenimiento y gustos populares, en la denuncia de las modalidades con que el sistema capitalista centralizaba y expandía la información entendida como mercancía. Tales tópicos entraban y eran expulsados de las aulas universitarias ciclotímicamente según los avatares y discontinuidades de la vida política argentina cuyo punto nodal de cierre de todo debate de ideas fueron las dictaduras militares aunque no el único. De haberse creado antes la carrera de Comunicación de la UBA no hubiera escapado a estos conflictos. En este sentido, y me parece importante reiterarlo, los saberes sobre teorías y prácticas comunicacionales tienen obviamente una cronología mucho más extensa y “densa” que la concentrada en la década que lleva de vida la carrera de Comunicación de la UBA. Por no mencionar la historia de las Escuelas y carreras de Periodismo, Ciencias de la Información y Comunicación Social extendidas por todo el país a partir de la década del '30 y la presencia también de estos saberes en carreras universitarias tradicionales.

Lo que sí creo importante destacar es que a lo largo de estos años la carrera de Comunicación de la UBA ha concentrado “en vivo y en directo” reflexiones, experiencias y biografías intelectuales como ninguna otra carrera de América Latina. Este viene a ser su capital cultural no siempre apreciado ni reconocido en las lides y la cotidianeidad universitarias.

2. La palabra sería *desparejo*. Pero veamos la cuestión desde la “emisión” —porque me cansa ya escuchar eso de que los estudiantes no saben, no entienden, y/o tienen excesivas faltas de ortografía—. Existen imaginarios plurales en torno a lo que debe contener o no el diseño de una carrera de Comunicación. Sin apelar a la idea de “materias” sino de saberes, me atrevo a señalar que casi todo se resume en los siguientes ítems:

- formación básica general y específica;
- conocimiento de los lenguajes;
- formación en los aspectos políticos y éticos del campo;
- énfasis formativo y de capacitación según se opte por la *información*, la *persuasión*, la *interacción*.

Creo que estos cuatro ítems podrían sintetizar hoy los farragosos diseños curriculares de muchas carreras de Comunicación.

Por supuesto que existen diversos criterios acerca de lo que significa la *formación básica*. Varios creemos que saberes provenientes de la filosofía, la antropología, la historia, la estética y las teorías de la Comunicación constituyen un núcleo fundamental.

Con respecto al *conocimiento de los lenguajes* el espectro —a nuestro entender— debería ir desde la reflexión semiótica hasta la capacitación para elaborar productos en lenguajes mediáticos con criterio que puede ser industrial, artesanal o artístico. Esto obviamente para nada elude la reflexión acerca de la cuestión *tecnológica* (reflexión que nos vuelve a poner, por su dimensión, en la perspectiva filosófica).

Cuando hablamos de los aspectos *políticos* y *éticos* del campo no nos referimos a meras abstracciones sino tanto al conocimiento histórico de políticas comunicacionales y culturales así como a las normativas reguladoras y a la responsabilidad social que conllevan las prácticas mediáticas especialmente en tiempos de gran borradura entre lo público y lo privado.

Ahora bien, por su propia historia, el campo no puede negar los énfasis u orientaciones, así como los perfiles profesionales y vocacionales. Y creo que las palabras *información*, *persuasión*, *interacción* pueden sintetizarlos, lo cual no debe ser sólo entendido como tres orientaciones de una carrera porque a su vez pueden cruzarse con los énfasis en la investigación, la producción, etcétera.

Lo ideal es que el estudiante egrese con una formación equilibrada en todos los niveles mencionados. Pero sabemos que no es así. Podríamos dar muchas argumentaciones acerca de las dificultades para producir conocimiento en aulas superpobladas, con poca tecnología adecuada, etcétera, etcétera. Y lamentarnos de la situación tremenda a que está siendo sometida la Universidad Pública. Creo que sin dejar de hacer esto debemos pensar otras cuestiones:

1. Como ocurre en muchas carreras universitarias hay materias donde “zafar” es más fácil, por escasa bibliografía, por poca exigencia de producción, por desniveles entre la formación del titular y de los ayudantes...
2. También me parece que hay dos situaciones más, igualmente erradas: creer que se aprende a hacer haciendo, como a nadar nadando sin transmitir previamente saberes y técnicas básicas sobre el área en cuestión. O, desde el lado de la “teoría”, por no tornarnos científicos validamos con exceso el ensayismo. De ahí que, a veces el estudiante crea que por haber leído algunos textos teóricos ya está en condiciones de producir su propia y profunda reflexión. Y sucede algo notable: se produce un cierto discurso que remeda con rasgos del mundo del espectáculo lo que en una época denominábamos “filosofía de café”. (Dicho simplemente: “la culpa no es del chanco sino de quien le da de comer”.)

Ahora bien, al mismo tiempo que hago estos dos señalamientos —podría haber otros—, reivindico muchísimo la *creatividad* presente tanto en los deseos del “hacer” cuanto en los del “ensayar”. En verdad, tengo miedo que criterios ordenancistas que suelen recorrer cada tanto la vida universitaria —y que resultan hartamente contagiosos, tanto que se pegan a las palabras de intelectuales que se dicen contestatarios— con el pretexto de mejorar la calidad y elevar el nivel, barran con esas posibilidades creativas presentes en la carrera.

**Aníbal Ford**

Director electo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA entre 1989 y 1990.

1. Como todavía persiste la confusión entre comunicación y medios, el término "comunicación y cultura" puede tener diferentes significados. La misma polisemia social y política del término cultura contribuye a ello. Lo cierto es que desde el punto de vista antropológico y semiológico los términos comunicación y cultura son inseparables. Y no se restringen a una zona del tráfico simbólico sino a todo tipo de discursos sociales. De ahí que el "campo" más visible hoy sea el de los "estudios culturales". Pero aquí me remito a lo que escribí en el número anterior de *Causas y Azares*. Los estudios que realizamos en América Latina no se corresponden exactamente con esta "marca" como lo propone la flamante CULTNET (Interamerican Cultural Studies Network) al hacer la historia de los estudios culturales en América Latina y ubicar trabajos o corrientes bajo este rótulo aunque éstas nunca se hayan autodenominado así. Aquí hay mucho que discutir y que recuperar porque la reflexión sobre cultura y sociedad —de eso se trata— tiene larga data en América Latina. Y siempre incorporó, en su misma práctica, muchas veces ensayística y política, una dimensión comunicacional aunque ésta fuera pensada desde los parámetros de la vieja retórica. (Sarmiento no es ingenuo con respecto a sus estrategias comunicacionales.)

Pero "adivinando" la trampa de la pregunta voy a suponer que tenemos todo claro. Creo que estamos ante un campo que surgió a partir de dos vueltas de tuerca. Una se debió al desarrollo de las diversas corrientes de la filosofía del lenguaje (y de su influencia en corrientes de crítica literaria como el "new criticism"), del formalismo ruso, del estructuralismo y la semiología, de la pragmática comunicacional, etcétera. Estas corrientes desarticulaban la visión ingenua y naturalista del lenguaje (o de los lenguajes). Otra vuelta de tuerca se dio cuando estas visiones o teorías se extendieron a todos los discursos sociales, a todo el tráfico simbólico. Es decir, a las culturas de las clases populares, a los medios, a la vida cotidiana. Aquí es donde esta extensión se conectó con las corrientes de sociología de la cultura o de la literatura, con los estudios de medios, revirtiendo la "communication research", con los del tiempo libre o del ocio, y también con la historia social en sus diversas vertientes o con las exploraciones políticas como las que realizó Gramsci, o con la filosofía crítica de Frankfurt. (Este conjunto interdisciplinario no es propiedad de los "cultural studies" aunque éstos los formalizaron en algunos aspectos.)

Ahora bien, esto tiene sus fechas. Los años sesenta. Por más que muchas problemáticas o teorías que en ese momento entran en escena sean anteriores (piénsese en Saussure y Peirce, por ejemplo), la relación cruzada entre estas corrientes, su discusión, data de esos años. Quiero decir con esto que lo que podemos denominar comunicación y cultura, estudios culturales o como se quiera llamar, se constituye en esos años y no como disciplina académica sino como discusión en el campo intelectual que en nuestro caso no se constituye exactamente como lo definiría, por ejemplo, Bourdieu. Sobre todo porque muchas de estas discusiones se daban en una relación con la práctica política y productiva muy diferentes. De ahí también el gran peso que tiene en ese momento de la discusión del campo, el estudio y la interpretación de la historia

social del país y de América Latina. O la historia del movimiento obrero, o las corrientes afiliadas a Althusser o a Gramsci, o a las teorías de la dependencia.

De aquí que, según mi entender, la relación entre el análisis, la discusión, la práctica en estos temas, y la creación y desarrollo de la carrera la vea como muy débil o no resuelta. Creo que este campo que se constituyó en los sesenta, polémicamente y casi afuera del ámbito académico, no puede o no debe ser institucionalizado. Pero esto no implica que la carrera no deba tener relaciones con él. Primero, porque en otras partes se está institucionalizando bajo diversos nombres y en diversos conjuntos interdisciplinarios. Segundo, porque es imposible avanzar en los estudios en comunicación y cultura sin trabajar sobre todo el tráfico simbólico, directo o mediatizado, y a su vez sin poner en contacto este tráfico con los datos pesados sociales, políticos y económicos que explican la crisis contemporánea. Se dirá que muchas de las cosas que señalé se enseñan en la facultad. Pero la pregunta es ¿cómo se articulan ellas y sus descendientes ante los nuevos desafíos socioculturales, tecnológicos, políticos? Aquí veo una gran brecha entre el desarrollo de la carrera y la historia del campo "comunicación y cultura".

2. No es un problema de nivel. El nivel puede ser bueno, malo o regular, como en cualquier facultad. El problema es la pertenencia y apoyatura epistemológica de lo que se enseña. Soy consciente de que estamos en un campo en formación. Y que esto puede producir una imagen de caos o de desorganización, de bricolage. Pero también creo que en esta etapa, las llamadas ciencias de la comunicación y de la cultura han definido sus estrategias y objetivos, sus grandes corrientes, sus discusiones específicas, sus genealogías, sus posibilidades de incrementar el conocimiento, sus vías de aporte al análisis y la crítica de la sociedad local o global en la que vivimos. Esto implica un nivel de objetivación y hace que ya no podamos admitir que la carrera sea un conjunto disperso de materias donde, en general, cada profesor constituye su propio mundo como si el afuera no nos golpeará todos los días por igual y con los mismos macrorrelatos de la crisis y del New Order.

En este sentido diría que la carrera, como conjunto, está desactualizada, pero no en el sentido de estar a la moda, sino con respecto a los problemas de la realidad contemporánea. En gran medida es como si navegara una realidad inexistente.

### Eduardo A. Vizer

Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA durante 1986.

1. Una disciplina científica no es otra cosa que la institucionalización —entendida como legitimación— de un Saber y una práctica acotados. Un recorte de “lo real” (arbitrario y fraccionario) que en las ciencias sociales se fundamenta en un conjunto de *convenciones* raramente compartidas por los actores centrales de un campo intelectual. Preguntarnos por las relaciones entre la historia del campo comunicacional cultural y la aparición de una carrera en el marco institucionalizado de la Universidad, implica un ejercicio de reflexión (en buena medida autorreflexión) sobre el origen y la fundamentación de esas convenciones, sin las cuales no hubiera podido ser creada y reconocida. Primero en los centros —intelectuales— del mundo, y después en las periferias, donde las convenciones se originan menos en la legitimación de un modo “científico” de observar la realidad y construir un discurso plausible, y más en la aceptación convencional de “estar al día”, de mantenerse en el tren de la modernidad, y de responder —obviamente— a las demandas crecientes de los nuevos mercados.

Pero hay además una dimensión de legítima conciencia de *política intelectual*: el Saber es poder. Poder como conocimiento de la propia cultura, de sus procesos comunicantes, como afirmación y construcción cotidiana de la identidad. Y luego, la conciencia de la inevitabilidad de la globalización y la mediatización, implicando la necesidad perentoria de formar “especialistas” con experiencia práctica. En otras palabras, el desarrollo de *operadores* de la comunicación y la cultura —en su sentido más amplio—.

Como director del equipo responsable de diseñar el Plan de Estudios original de la Carrera (en el año 1984), considero que estos temas no sólo preocuparon, sino que además nos ocuparon en tiempo y en discusiones sobre la fundamentación epistemológica (¿interdisciplina o transdisciplina?); sobre la comunicación como práctica; como rol profesional(izado); como demanda de “técnicos” especializados por parte de un mercado en creciente diversificación, o —por el contrario— más bien como “intelectuales” multifacéticos, productos de una cruce crítica entre disciplinas científicas y humanísticas, prácticas artísticas, política e ideología.

Cruza híbrida de “géneros borrosos” (“Blurred Genres”) como certeramente denominara Geertz ya en su ensayo de 1980 al entrecruzamiento y transformación de las ciencias humanas y sociales y la consecuente proliferación de teorías, perspectivas y abordajes de la comunicación.

Pero hay, además de esta genealogía —o sociología— de las ideas, una historia “social” de la comunicación en la Argentina. Muy sucintamente, podemos mencionar diferentes fuentes —algunas más teóricas y sociohumanísticas, y otras asociadas a prácticas profesionales—. En un amplio abanico de disciplinas, que se conjugan —no muy armoniosamente en el mosaico de las cátedras universitarias— podemos distinguir orientaciones provenientes de las Letras (análisis y crítica literaria, lingüística y semiología). También en la fulgurante década de los sesenta (abortada prematuramente con el golpe militar del '66, del cual nunca se recuperaron la Universidad y la ciencia argentinas), surgen las inquietas manifestaciones estético-teóricas del Instituto Di Tella; una escuela sumamente productiva que articula la comunicación “humana” con la psico-

logía, el psicoanálisis y la sistémica; y los primeros trabajos de rearticulación teórica de Verón, entre la sociología, el marxismo y la semiología.

Otra fuente histórica de alimentación de las carreras de comunicación proviene de las prácticas profesionalizadas. En primera instancia las Escuelas de Periodismo (la Escuela de Periodismo de la Universidad de La Plata, fundada en 1934, es la primera en América Latina), y nuevamente en los sesenta y setenta, las escuelas de publicidad y de relaciones públicas (Universidad del Salvador, Lomas de Zamora y otras).

2. Una evaluación implica un *diagnóstico*, análisis, objetividad y definiciones sobre el rol de la Universidad, de la formación profesional, de la investigación científica, etcétera. La falta de éstos es la primera falencia, ya mencionada en un trabajo que se me publicara en *Chasqui* de 1988 (Nº 28), solicitado como estado de situación de las Carreras en el país, al que me remito —lamentablemente— por su vigencia.

Puedo sí hacer comparaciones, a través de casi diez años como Jurado, de docencia e investigación en Universidades y programas de cooperación con carreras del Canadá y los Estados Unidos, y un estudio a realizar a través de Fullbright.

Brevemente podemos señalar:

- En el plan de estudios de la Carrera, y en los programas, se manifiesta por un lado una convivencia —no muy armónica— del origen multidisciplinario de la “disciplina” de la Comunicación (obviamente las comillas remarcan su status incierto). Por el otro, un sesgamiento epistemológico e ideológico cuando menos reduccionista y “a la moda” (por ejemplo, el mantenimiento de campos teóricos —y feudos— acotados) y el rechazo —aunque no reconocido— a perspectivas teóricas y metodológicas fundamentalmente *interdisciplinarias*; reflexión epistemológica en relación a las ciencias —sociales y humanísticas en especial— y las implicancias de la “crisis de los paradigmas”; además de una dificultad —o un rechazo— a la inevitable necesidad de apertura crítica e integración cooperativa con otras carreras. Pondré un ejemplo: en el Canadá, para concretar un doctorado en comunicación, cuatro universidades trabajaron conjuntamente casi cinco años, y en otros cinco se han doctorado —hasta hoy— solamente dos. Esto no es lentitud o ineficiencia, sino excelencia.
- Otra simple observación que podemos hacer es el desaprovechamiento de la experiencia internacional de extranjeros y de argentinos que han realizado meritorias carreras en organismos internacionales, en universidades y centros de investigación. Conozco casos que han vuelto al país con impresionantes experiencias, y no han podido ser acogidos ni invitados a exponer, a pesar de sus ofrecimientos ad honorem y su voluntad de cooperación desde nuestro país o el exterior. Otro ejemplo típicamente argentino de derroche humano, mentalidad de feudo en el cual todos pierden. A menos que los únicos talentosos sean los que ya están “consagrados”.

# Orientaciones terminales: Notas para una discusión

Producción: SILVIA MENDEZ, MARCELO VARGAS,  
CORA GAMARNIK, ALICIA MENDEZ  
y EVANGELINA MARGIOLAKIS

El diseño de una carrera universitaria implica, necesariamente, pronunciarse sobre una determinada manera de disciplinar un campo del saber y un modo de intervención sobre la realidad que aborda. En este sentido, la organización de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA en *Orientaciones terminales* habla no sólo de la necesidad de acotar el vasto y heterogéneo campo de los estudios comunicacionales, sino también, y fundamentalmente, de una forma, entre otras posibles, de definir la identidad de ese campo.

De ahí que ciertas cuestiones referidas a las orientaciones no puedan desvincularse de aquellas que involucran a la carrera en su conjunto: la tensión entre la formación teórica y la adquisición de saberes prácticos, la naturaleza del conocimiento a producir por el estudiante universitario, la vinculación de esa producción con el contexto histórico y político-cultural, la relación Universidad/mercado/sociedad, entre otras.

El hecho de que las orientaciones funcionen como punto de pasaje entre el ámbito de formación universitaria y el mercado laboral, las convierte en un espacio privilegiado para la reflexión sobre el conjunto de la formación adquirida. El análisis que nos convoca pretende tan sólo convertirse en punto de partida para un futuro debate sobre la carrera, que esperamos próximo.

## LA TEORIA, LA PRACTICA, EL MERCADO

Puede decirse que son dos los criterios que, al dar vida a las orientaciones terminales,<sup>1</sup> han definido el recorte del campo comunicacional en la carrera de la UBA: mientras que Periodismo y Opinión Pública y Publicidad están comprometidas con una formación en prácticas profesionales específicas —muy anteriores además a la conformación de la comunicación como disciplina académica—, las restantes orientaciones —Políticas y Planificación de la Comunicación, Comunicación y Procesos Educativos y Comunicación Comunitaria— sugieren, más que una acabada especialización, una apertura a ciertas áreas temáticas: las relaciones

<sup>1</sup> Hacemos referencia aquí a las cinco orientaciones terminales que formaron parte de la carrera desde sus comienzos. A partir de 1994, la orientación en Comunicación Comunitaria se fusionó con Políticas y Planificación.

“La orientación en periodismo se propone generar conocimiento profesional brindando a cada estudiante las herramientas que permitan potenciar al máximo los distintos componentes que hacen a su elección vocacional, que van desde lo creativo hasta la pura aplicación técnica. Existe, por parte de los estudiantes, una gran demanda de conocimiento práctico y se ha expresado la opinión de que hay en la carrera una excesiva carga de conocimientos teóricos. Creo que la solución a esta cuestión está en generar un punto de síntesis o equilibrio entre la necesidad insoslayable de reflexión teórica y la práctica.”

Carlos Campolongo, *Periodismo*

comunicación/educación, las relaciones comunicación/participación en ámbitos comunitarios, y los procesos de planificación desde niveles de intervención macro (políticas nacionales, planificación estatal) hasta experiencias institucionales, barriales, y aún en ámbitos privados. En cierto modo, cada una de las orientaciones procura delinear, sin excluir su complementariedad y cruces con las otras, una zona propia de trabajo sobre lo comunicacional.

En cada caso, el egresado será, por cierto, un “comunicador social”. Pero es difícil ignorar que, como se ha manifestado en buena parte de las carreras de Comunicación de América Latina, la clara diferenciación entre los dos criterios expresa una cierta tensión entre la vasta problemática teórica del campo y la no menos vasta problemática de los saberes técnicos necesarios para el desempeño profesional en los medios (constantemente modificados por el vertiginoso desarrollo tecnológico y la renovación de las pautas o modelos organizacionales).

Es en Periodismo y Opinión Pública y Publicidad, muy especialmente, donde la síntesis entre los conocimientos teóricos adquiridos en el tronco común de la carrera y las prácticas específicas para el desempeño laboral encuentra mayor dificultad de realizarse. El objetivo central de estas orientaciones puede resumirse en la intención de imprimir a las capacidades prácticas una actitud crítico-reflexiva que posibilite, en el mejor de los casos y dentro de los límites que impone el mercado de trabajo, mejorar y transformar la propia profesión. Actitud crítica como resultado de instancias de análisis e investigación sobre el fenómeno de la comunicación en las sociedades contemporáneas, que permita al graduado comprender e interpretar la complejidad económica, política y cultural de las problemáticas propias de la comunicación periodística y la comunicación publicitaria (por ejemplo la construcción y circulación de la información en el marco de la más espectacular concentración multimedia, el fenómeno del consumo en un mundo signado por la desocupación y la pobreza, el peso de la “opinión pública” en los procesos de toma de decisiones políticas, etcétera).

Los testimonios que acompañan esta nota, aportados por los docentes de las orientaciones,<sup>2</sup> coinciden en señalar que sólo una formación universitaria puede dar los elementos necesarios para la construcción de una mirada no reduccionista de los fenómenos mencionados:

<sup>2</sup> Las entrevistas se realizaron con aquellos docentes que en algún momento fueron responsables, formal o informalmente, de la coordinación de las respectivas orientaciones, con la intención de propiciar una reflexión que pudiera abarcar la situación de la orientación en su totalidad.

"El objetivo de la orientación es ante todo no dejar el monopolio de la palabra sobre la problemática publicitaria a las universidades privadas. En la medida en que estas últimas se conviertan en los únicos lugares donde sea posible estudiar publicidad, la universidad pública renuncia a dar su palabra sobre el tema. Por otra parte, es en la universidad del Estado, y más precisamente en la carrera de Ciencias de la Comunicación, donde el complejo fenómeno del consumo y la opinión pública pueden ser adecuadamente comprendidos. La universidad pública tiene la obligación ética de dar su palabra sobre el tema y de formar gente capaz de hacer publicidad al mismo tiempo que la critica y la modifica."

Daniel Panaro, Opinión Pública y Publicidad

La inserción de las orientaciones vinculadas con "oficios" en el ámbito de los estudios universitarios en Ciencias Sociales no deja de ser problemática. Si bien el periodismo parece haber conquistado, por fin, un espacio propio en la academia, los mismos profesionales del área dudan en asignarle un estatuto científico y prefieren definirlo más bien en términos de una práctica sustentada en conocimientos de diversa índole. La reconversión tecnológica y organizativa de la empresa periodística ha determinado, además de una importante reducción de personal, la implementación de nuevas condiciones de ingreso que puedan garantizar un desempeño laboral competente. Son estas condiciones las que favorecen una progresiva valoración de los saberes adquiridos en el marco de las instituciones universitarias dedicadas a la enseñanza de la profesión.

"Hace quince o veinte años, la frase 'periodista se nace' era moneda corriente en el imaginario corporativo del periodismo; yo creo que esta sentencia está cada vez más debilitada. Las condiciones de ingreso a una empresa periodística se han modificado sustancialmente; hoy hay una mayor apertura y una mayor demanda de un tipo de periodista formado en el nivel universitario. Inclusive creo que en el mercado laboral esta tendencia ya se está notando".

Carlos Campolongo, Periodismo

**"Es necesario reconstruir la imagen programática de la carrera. No olvidemos que esta no es una carrera de oficios, es una carrera de Ciencias de la Comunicación. Creo que hay un área que constituye el valor agregado de esta carrera en la universidad pública y que la diferencia del resto. Este valor no está dado por la producción de guiones, ni por la redacción publicitaria, ni por las técnicas de periodismo, sino por la investigación. Un ejercicio común que tendría que hacer todo el cuerpo docente para poner la carrera al servicio de la gente que quiere hacer investigación."**

**Margarita Graziano,  
Políticas y Planificación**

La inserción de la problemática publicitaria en la carrera es particularmente dificultosa. Según sostiene Panaro, se percibe aún cierto prejuicio que tiende a definir la publicidad como una actividad destinada a vender a la gente cosas que no necesita. Uno de los objetivos de los docentes es, justamente, revertir esta creencia otorgándole al fenómeno su justa dimensión.

Por otro lado, en relación al perfil de la orientación, Panaro sostiene que "ésta tendría que definirse en relación a las demandas del mercado, la carrera misma debería estar más orientada al mercado: no crear profesionales para un mundo que no existe". Cabría preguntarse, sin embargo, si la ne-

cesidad de formar un estudiante capaz de desenvolverse con éxito en el mercado de trabajo debería conducir a aceptar sus lineamientos como los únicos válidos; sobre todo cuando en el contexto político del neoliberalismo menemista —en el cual el Proyecto de Ley de Educación Superior y el posible arancelamiento de los estudios de grado no son más que unos pocos ejemplos— el modelo del mercado domina sobre otros modelos a la hora de definir la orientación de la práctica universitaria.

La creciente demanda de conocimiento práctico que los estudiantes reiteradamente ponen de manifiesto, no hace más que evidenciar la vigencia de algunos interrogantes: ¿puede la carrera dar respuesta a las necesidades de una formación en "artes y oficios"? ¿debe ésta atender las demandas del mercado, así como los reclamos y preferencias de los estudiantes?, ¿es compatible esta demanda con el que fuera por décadas el objetivo principal de la universidad pública: la producción de conocimiento científico, autónomo y crítico?

## LA TEORIA, LA PRACTICA, LA INVESTIGACION

Es difícil ignorar el impacto que, en los últimos diez años, las transformaciones del mercado capitalista en general y el mercado mediático en particular, han tenido sobre la organización de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA: incorporación de nuevas prácticas y saberes, abandono de ciertas discusiones que años atrás caracterizaron el debate académico, renovada oferta de seminarios dedicados a las temáticas más actuales y diversas, etcétera.

La fusión de la orientación en Comunicación Comunitaria con Políticas y Planificación, entre cuyas causas no debemos descontar el escaso número de alumnos inscriptos y la reorganización que en los últimos tiempos ha experimentado la segunda, puede ser leída en ese marco.

Esta orientación procuraba —más allá de los fenómenos de massmediatización contemporáneos, aunque sin descuidar sus impactos sobre ciertas problemáticas sociales— conducir una reflexión sobre la relación entre comunicación y participación en ámbitos micro: barrios, comunidades, instituciones educativas, medios alternativos. El comunicador comunitario, explica Jaime Correa, ex-coordinador de la orientación, debe ser capaz de organizar, por ejemplo, una campaña de prevención de la salud en cualquier ámbito: en una obra social, un municipio, un sindicato; debe saber dirigir la elaboración de materiales específicos adecuados a las características socioculturales de la comunidad a la que está destinada. El principal escollo para una formación orientada a la comunicación en ámbitos comunitarios, donde el trabajo de campo resulta indispensable, parece encontrarse en la estructura organizacional de la carrera:

"En mi opinión la carrera mejoraría mucho si hubiera más trabajo de campo, más práctica profesional y eso requiere que se organice de tal modo que permita y propicie esas prácticas: que procure establecer contactos institucionales en forma de redes, destinados a crear enclaves en la comunidad orientados al desarrollo."

Jaime Correa, Comunicación Comunitaria

La preocupación por mantener un vínculo más fluido y permanente con otras institucio-

"El objetivo de la orientación es encontrar, para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, la posibilidad de 'hacer puentes' con la problemática educativa, tanto en el nivel formal como en el no formal. No se trata de que el comunicador se transforme en un educador sino, por el contrario, que pueda incorporar al análisis de la problemática educativa lo específico de su carrera, que pueda aplicar lo mejor de su especialidad."

Edith Litwin,  
Comunicación y Educación

abandonar su dirección político-cultural que obliga a pensar las grandes políticas de medios a nivel nacional, la orientación va poco a poco ampliando su espacio e incorpora, a través de las materias optativas y seminarios, un conjunto de temas que exceden los límites de una planificación originalmente destinada al ámbito estatal: instituciones intermedias, municipios, organizaciones barriales, e inclusive entidades del campo privado donde el interés por la problemática de la comunicación se hace cada vez más evidente (diseño de imagen institucional e imagen corporativa, etcétera).

"Creo que la incorporación de nuevas temáticas y áreas de trabajo, que han cambiado un poco la fisonomía original de la orientación, responde sin duda a los vertiginosos cambios que ha experimentado el sistema de medios y a un despertar del interés por la comunicación en zonas donde antes no era habitual. Fue necesario expandir el campo de análisis, yo creo que la función de la orientación es esa, abrir un campo de orientación, propiciar una apertura hacia una cantidad de áreas. Yo no haría de la orientación un espacio de formación mucho más específica, porque creo que ésta es, más bien, materia de un posgrado."

Margarita Graziano, Políticas y Planificación

Esta orientación no es ajena a dificultades y problemas diversos; para Graziano no hay posibilidad de mejorar la situación de las orientaciones sin revisar la carrera en su conjunto. La falta de una formación más sólida y permanente en metodología y técnicas de investigación dificulta la resolución de los trabajos de diagnóstico y planificación propuestos por la orientación en particular y de aquellos relacionados con la investigación en general. Asimismo, la ausencia de materias siquiera introductorias a las ciencias políticas o a la sociología, priva a los alumnos de poseer de conceptos y criterios de base útiles para el abordaje de ciertas temáticas y megaproses muy actuales: transnacionalización, información internacional, nuevas tecnologías, expansión planificada de grandes empresas, etcétera. Los principales problemas, que afectan no sólo a las

nes y disciplinas afines, está presente en las reflexiones de la ex-coordinadora de la orientación en Comunicación y Educación. Para Edith Litwin, el trabajo en grupos interdisciplinarios se ha revelado sumamente enriquecedor para los estudiantes y profesionales de las distintas áreas del quehacer social. El desafío para el comunicador consistiría en "recuperar el saber específico de su disciplina para aplicarlo a la resolución de problemas en el ámbito de las instituciones escolares, por ejemplo".

La reorganización de la orientación en Políticas y Planificación de la Comunicación expresa, de alguna manera, un reacomodamiento frente a los cambios antes mencionados, entre los cuales la irrupción del discurso antiestatista y la privatización del sistema de medios no son datos menores. Sin

orientaciones sino a toda la carrera, pueden resumirse en la falta de instrumental básico para la investigación en el área, las dificultades para mantener una actualización permanente, y la escasez de contactos y espacios de intercambio entre las distintas cátedras que imposibilita la puesta a punto de un proyecto que debería ser común.

Es precisamente aquí donde la necesidad de una educación para la investigación se revela imprescindible, como conocimiento autónomo y crítico indisociable de una dirección político-cultural en la producción de ese conocimiento. Las necesidades del mercado no son siempre (no son casi nunca) las necesidades de la sociedad; la universidad pública difícilmente pueda esquivar esta responsabilidad.

"No se trata de seguir paso a paso las cuestiones del mercado; con ese criterio y teniendo en cuenta la casi total privatización de los medios, no tendría que existir ninguna orientación, ni siquiera la carrera. La realidad no nos puede llevar a decir que las cosas ya no son posibles. Esto hoy es así, pero podría ser de otra manera; si uno persiste sobre ciertas cosas, si las mantiene vivas como ideales quizá puedan ser posibles."

Margarita Graziano, Políticas y Planificación

## CONSIDERACIONES FINALES

En uno de sus últimos trabajos,<sup>3</sup> Raúl Fuentes Navarro advierte, retomando las reflexiones de Mauricio Antezana, que la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina tiene lugar "en medio de tres tensiones medulares": la crisis de las universidades en relación a sus funciones sociales (que en el campo comunicacional se expresa en la tensión "teoricismo/pragmatismo"); la creciente presión de la industria cultural; la necesidad de resguardar la autonomía del trabajo académico al servicio de los intereses sociales mayoritarios. Como hemos señalado a lo largo de esta nota, Ciencias de la Comunicación de la UBA se reconoce, evidentemente, en esta caracterización de la situación.

En una carrera que como la nuestra intenta (con esfuerzo y no sin consecuencias) abarcar la totalidad de los fenómenos de la comunicación contemporánea, queda por analizar si el modo en que las orientaciones en periodismo y publicidad han sido in-

"Yo creo que la dificultad básica de la carrera está en su organización: no está estructurada en forma de equipos o de redes, no existe una conducción colegiada, no se abren debates, no se convoca a los docentes; las decisiones se toman en un núcleo muy reducido (entre ellas la decisión de cerrar mi orientación). Si los coordinadores de cada orientación se reunieran una vez al mes para pasar revista al trabajo realizado, se habría logrado un nivel de interacción. Creo que necesitamos de alguna instancia que nos obligue a dar cuenta de lo cada uno hace y nos dé el derecho a saber lo que hace el otro. Por otro lado, la carrera está inundada por lo mediático masivo y lo teórico puro; este problema no se puede solucionar por pequeños grupos, hay que dar un debate muy amplio y profundo. Yo cerraría la Facultad por un cuatrimestre y la pondría en estado de discusión y debate."

Jaime Correa,  
Comunicación Comunitaria

<sup>3</sup> Fuentes Navarro, Raúl, *Un campo cargado de futuro*, México, FELAFACS, 1992, pág. 217.

corporadas a su programa académico no exigiría una profunda discusión. Un debate que obligue, además, a ahondar en los aspectos teórico-metodológicos que abrirían las puertas a un desarrollo más sistemático de la investigación en el área. No casualmente la problemática de la investigación cobra mayor importancia en aquellas orientaciones que, atravesadas necesariamente por una reflexión político-cultural, intentan propiciar una apertura de los estudios comunicacionales. Ya sea porque se cede a la tentación simplificadora de considerar a las Ciencias de la Comunicación como "una carrera de oficios de medios", descuidando el aspecto teórico-metodológico imprescindible para la producción de conocimiento científico; ya sea porque el puro "teoricismo" descuida el trabajo de campo en tanto instancia de aplicación de esos conocimientos; la transdisciplinariedad queda, en ambos casos, reducida a la información de teorías que no encuentran articulación en una praxis concreta de investigación, que no debería ser desplazada a instancias de especialización o posgrado.

Sin duda, la carrera enfrenta hoy un inmenso desafío: se hace imprescindible que los trabajos académicos puedan mantener —o, en algunos casos, recuperar— una mayor autonomía respecto de los intereses del Estado y el mercado; que se multipliquen las instancias de diálogo y discusión entre todos aquellos que participan del campo comunicacional (investigadores, docentes, estudiantes y profesionales) a fin de crear o revitalizar los espacios de circulación, intercambio y actualización; por último que redoble sus esfuerzos en estrechar vínculos con los sectores sociales más necesitados de su aporte. El desafío es múltiple, pero podría resumirse en la búsqueda de los caminos para el fortalecimiento de una actitud que propicie la reflexión crítica sin la cual la carrera —y más aún la universidad pública— descuida su función principal: la producción autónoma de conocimiento al servicio de la sociedad.

## Entrevista con Juan Carlos Camaño

*Secretario General de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA)*

**CAUSAS Y AZARES: ¿Cómo caracterizarías la situación actual del medio periodístico?**

**JUAN C. CAMAÑO:** Hay un tema de gran importancia, que seguramente está siendo analizado por teóricos y comunicólogos, pero que también hay que ver desde nuestra organización, que ha tenido que esforzarse para entenderse con ese fenómeno: el de la globalización de la economía y de la comunicación. Vale la pena analizar el fenómeno de la concentración monopólica de los medios, que ya ha puesto en jaque a la democracia tal como supuestamente tendría que funcionar. Partiría de esto para analizar el tipo de sociedad que se está construyendo a partir de la incidencia que tienen hoy los medios y de la extrema debilidad de las herramientas potencialmente más democratizadoras, para ver en qué medida, la comunicación, a esta altura, ya es la política. Los medios han transformado la forma de hacer política y han subordinado, a partir de sus decisiones de cómo hacerla, a los partidos tradicionales. Esta fuerza de los medios en cuanto a la incidencia que tienen en la formación de conciencia ideológica y política de la sociedad es tan grave y tan gravitante que no tiene ningún punto de comparación con lo que se discutía en la década del '70 acerca de si los medios de comunicación reciclaban la conciencia o generaban conciencia. Tenemos la impresión de que no la reciclan sino que la generan en el terreno ideológico y en el político.

Pero hay otro elemento que no puede pasarse por alto: hoy se verifica que el mayor giro de capital en un área de producción a nivel mundial se da en el terreno precisamente de las telecomunicaciones y de la comunicación. Y no hay ninguna otra industria que se le pueda equiparar. Con semejante concentración de poder, seguir pensando la política en los mismos términos que antes es un grave error. Esto es determinante y creo que muchas veces los políticos se encuentran desfases de esa realidad y son apenas dependientes o subordinados del papel que pueden jugar los medios, al punto de que los espacios que puedan obtener en los medios se dan fundamentalmente como consecuencia de la necesidad de ciertos factores de poder que hacen como que existe la democracia y la pluralidad informativa. Este es un dato muy importante, que pone a los trabajadores de prensa en una situación altamente desfavorable en cuanto a su real incidencia a la hora de definir las características de un medio de comunicación y el contacto con la gente.

**—¿Cuáles son los problemas principales de los trabajadores de prensa con respecto a la concentración?**

—El eje principal del problema es el significado de la concentración. Porque creo que muchos no terminan de adquirir conciencia de la dimensión que tiene el problema. Esto está muy vinculado a un debate que tuvimos en los tres últimos años: una organización co-



mo la Utpba, si seguía insistiendo en una política meramente gremial hubiera desaparecido, porque hay que encontrar nuevas formas de combatir la concentración monopólica de la economía y de la comunicación no insistiendo sólo en líneas de acción de carácter gremial, que llevan a una derrota en un estado de relación de fuerzas absolutamente desfavorable como el actual. Es muy difícil sentarse a una mesa de negociaciones donde no hay negociaciones y nuestros niveles de confrontación están bastante acotados por el nivel de fuerza que tenemos. Esto nos planteó un desafío tremendo: ¿qué organización necesitamos para esta etapa? Primero, tenemos que definir qué etapa es ésta: si es de ofensiva, defensiva o de transición. Creemos que es una etapa de transición, y no queremos abrazarnos tanto al discurso de que es una etapa defensiva, porque una etapa de resistencia o defensiva no te permite intentar una salida de desarrollo propio. La cuestión no pasa por resistir mecánicamente un fenómeno tan importante sino también por encontrar medidas alternativas. Entonces, una organización como ésta necesitaba un desarrollo político superior que le permitiera una disputa en el terreno político, cultural y social.

—**¿En ese sentido se orientan las campañas públicas? ¿Cómo creés que se acumuló esa política?**

—Se acumuló en la organización, ése es el primer dato. La dinámica capitalista expresa también una filosofía, una ideología, una forma de vida. Esa ideología, y una concentración de capital de manera vertiginosa e imparable como la actual, no sólo arrasa con el salario de los trabajadores sino también con sus organizaciones y su identidad. Pero acá el problema no lo están sufriendo exclusivamente los trabajadores, y menos los trabajadores de prensa, el que está siendo derrotado es el mo-

vimiento obrero, e incluso toda la franja progresista, mundial y no hablamos sólo de la Argentina. ¿Cómo recomponer esa fuerza? Lo primero es recomponer la organización, que puede seguir siendo un punto de referencia por más que las cosas no anden bien. El logro de la Utpba al plantearse un salto político y una acumulación de nueva naturaleza, es haber colocado en la realidad una organización como la que hoy constituye y no haber corrido el riesgo de desaparecer insistiendo en una sola línea, planteando la disputa sólo en lo gremial. Porque el terreno gremial planteaba sólo dos caminos: la confrontación abierta —con lo cual no había relación de fuerzas para darla— o la negociación. El problema es que el capitalismo no admite ninguna negociación porque está en una etapa de concentración feroz. Y está en crisis también la socialdemocracia, que históricamente sirvió como colchón para detener a otras fuerzas progresistas de la sociedad en el mundo y que ha sido utilizada por el propio capitalismo para que hiciera el trabajo sucio de la sociedad de mercado.

Hoy tenemos que abordar los problemas referidos a cómo resolver la urgencia: la cuestión del salario, la fuente de trabajo, el problema de la salud. Pero nos planteamos cómo tender también líneas estratégicas. Hicimos una experiencia en los barrios, en los colegios, con la sociedad, a partir de dos o tres ejes concretos. La campaña "La peor opinión es el silencio" sirvió para que la Utpba recorriera muchos más barrios de los que algunos suponen, instalara redacciones gigantes, abriera debates, discutiera desde el rol del Estado, hasta el papel de la democracia y los medios de comunicación. Ese tipo de vinculación se estableció con una formulación política.

—**¿Cómo creés que toman estas propuestas los afiliados?**

—Algunos las aceptan, las apoyan, y otros

no. Pero el problema de una conducción es tomar también esos riesgos, y nuestro desafío fue plantearnos problemas estratégicos. Si me preguntás si la demanda de los afiliados fue el trazado de líneas estratégicas, te digo que no. Pero si la conducción no hubiera tenido la precaución de trazar algunas de esas líneas, no serviría para nada. Tendríamos que preguntarnos si son tiempos de masas o de vanguardias. No creo que sean tiempos de masas; las masas están reclusas, han retrocedido en cuanto a su conciencia política. En toda la historia las vanguardias han jugado un papel. Además, del otro lado, al mundo lo diagraman cúpulas, vanguardias con una concepción ideológica opuesta a la nuestra, lo diagrama cada vez un núcleo de poder más concentrado. El problema es que así como han crecido las condiciones objetivas para plantearse una transformación de la sociedad, revolucionaria, las condiciones subjetivas están absolutamente retrasadas. No sólo en el campo sindical, también en el político.

En la urgencia de la batalla, lográs unificar aún en la derrota o conseguir que no sea tan dura, pero las empresas que cierran no se reabren y los despidos no se reconsideran. Las batallas son dignas, sí, muy bien; el problema es cómo, mientras la batalla se da en un lugar, hay una compenetración del conjunto de los afiliados que entiendan que hay que establecer las líneas de carácter estratégico que van a permitir dar la batalla en el futuro en mejores condiciones.

—**¿Cuáles son esas líneas?**

—Una es la referida a las relaciones internacionales. Porque además de que los gobiernos son sensibles a estas presiones se mundializó la economía, la comunicación y los problemas. ¿Cómo crear fuerza propia no circunscripta al país donde uno vive? ¿Cómo complementarla con otros sectores? Porque los

padecimientos que tenemos en Argentina en el campo de la profesión, son idénticos a los que hay en Latinoamérica y bastante parecidos a los que hay a nivel internacional. Fortalecer esta línea no es sólo para dar respuesta a ciertos gobiernos cuando se salen de la caja y de esa forma presionar para la defensa de los derechos humanos de los periodistas. También se trata de encontrarse en líneas de acción común, de carácter internacional, para enfrentar la política de las patronales.

Otra cuestión estratégica es la capacitación y formación. El Centro de Capacitación no está ni en la mitad de lo que soñamos. Hizo una tarea, cumplió un papel. Calculo que habrán pasado mil y pico de afiliados. No está mal, pero no está del todo bien. Debe ser un centro de capacitación para los profesionales del gremio y aspiramos a que se transforme en un punto de referencia.

Pero, por ejemplo, mientras estás tratando de asentar esto en una dimensión, por otro lado, tenés que resolver el problema de una cantidad de compañeros desocupados que en los últimos cuatro años demandaron, en materia de salud, 4 millones de dólares. Entonces nos preocupa la defensa de la obra social. Es decir, es estratégico para nosotros defender el sistema de salud solidario, y ante su derrota en todo el país, buscamos una alternativa, por si se cae el sistema.

Otra cuestión estratégica es la prensa propia. Es una discusión a muerte que algunos bancan y otros no. Y en esto estamos dispuestos a pagar el costo político. Gastamos en afiches, en prensa, queremos tener la radio, procuraremos llegar al canal de televisión, buscamos el contacto con los distintos actores sociales. En fin, eso es dinero. De todos modos, sacando el mito que se teje alrededor de ese tema, del presupuesto general de la entidad es sólo el 4%. Hay un debate político en

el mundo de las ideas y la sociedad del conocimiento. Es inadmisibles que una organización de trabajadores, si está luchando por cambiar la sociedad, no tenga su prensa propia. Le falta crecer, desarrollarse más periodísticamente, ideológicamente, perfecto. Pero estamos instalando un criterio.

**—En el mismo momento en que se produce el proceso de expulsión de periodistas de las empresas, se están expandiendo las carreras o tecnicaturas de periodismo y comunicación, a las cuales ingresan muchos estudiantes con expectativas de trabajar en un medio. Y esto se da en los últimos años como nunca antes.**

—Esa situación a un cierto plazo es explosiva. Y para ese momento, si no hay organización, las consecuencias van a caer sobre los que quieren ingresar al mercado laboral. La mayoría de los que ingresan tienen un salario absolutamente degradado, o no tienen salario. Son usados muchas veces como mano de obra barata y cambiante fácilmente, que están colocando en situación crítica a los profesionales establecidos desde hace años, porque se les puede degradar el salario ya que otros lo admiten. Por otra parte es muy difícil que la organización pueda contener a los que ingresan al mercado laboral porque son reacios a ser contenidos. Piensan que vas a obstaculizar su desarrollo como profesional. Aunque no estén ganando un mango, quieren hacer primero su experiencia sin que vos vayas a decirles que tendrían que exigir tales o cuales beneficios, inclusive los salariales. Al tiempo, cuando ya se establecieron y se dan cuenta de que deben ganar un salario porque quieren vivir de eso, intentan que la organización —que los fue a buscar al principio— los saque del atolladero, y no entienden que hay una relación de fuerzas que es desfavorable en general y te piden, de la noche a la maña-

na, que les resuelvas un problema que ya es común a miles de compañeros que estaban en esa situación cuando ellos llegaron.

Entonces, la situación es compleja, porque si las empresas no tuvieran tanto poder de recambio futuro quedarían plantillas profesionales que exigirían un pago mejor. Pero si para la hora en que eso entre en confrontación la organización no existe, la disputa va a ser estrictamente individual y va a pasar lo que está pasando: la empresa agarra a cada uno por separado y le fija el salario y las condiciones que le da la gana, y tenés un compañero en un multimedio que hace tres notas, para gráfica, radio y televisión, al mismo tiempo. En algunos medios está más exacerbado que en otros, pero en general ésa es la tendencia.

**—Hacia 1987 surgió el convenio entre la Carrera de Comunicación de la UBA y la Utpba. Pero era otro momento, la relación era mucho más fluida y varios periodistas cursaban materias por el convenio. En una carrera que no era tan masiva, y con una composición diferente, tenían una presencia y un peso mayor en su vida académica, cultural y tal vez política. De allí para acá, hay un distanciamiento. ¿Cómo evaluás el desarrollo de esa relación?**

—Podría evaluarla, casi tomando tus palabras, como en dos etapas. En una primera la relación fue mucho más fluida. No hubo nada que la deteriorara. Creo que hay algo más objetivo que nos fue distanciando, las ocupaciones de la urgencia. En un principio entre nuestros objetivos estaban, por un lado, lograr que el compañero del gremio que no tenía ninguna otra posibilidad de estudiar, pudiera ir a la Universidad. En segundo lugar, establecer un vínculo con los compañeros de la Universidad. En tercer lugar, que todos los compañe-

ros de este gremio que fueran a dar cursos o cátedras hicieran de complemento y ligazón entre el gremio y la Universidad. Todos estos factores tienen un valor importantísimo porque es una relación que nos interesa establecer también en lo político.

**—¿Cómo ves la cuestión de la colegiación?**

—No tenemos una definición taxativa. Siempre tuvimos una posición bastante negativa con respecto a la colegiación; pero últimamente no somos tan estrictos. La propuesta siempre había venido de la mano de los patronos y lo que había que evitar era que ellos se apropiaran de la organización de los trabajadores. Ante esto, muchos años atrás elegimos una línea definida de oposición, porque como la mayoría del gremio no provenía de la Universidad, era una forma de entenderse con un fenómeno real. Hoy las cosas se han modificado bastante porque es un error plantearse la alternativa Sindicato vs. Colegio o periodista empírico vs. periodista universitario. Ahora intentamos contemplar este fenómeno.

**—¿Cómo evaluás la política que se dieron hacia la Asamblea Constituyente del año pasado? ¿Qué pasó con los proyectos que llevaron?**

—No salió prácticamente nada. Es el viejo tema, es como el proyecto de ley de radiodifusión que en algún momento planteamos y llevamos al parlamento. Nunca se lo trató. Estas cosas prosperan relativamente en la misma medida en que, inclusive, las leyes van muy por detrás del fenómeno comunicacional y tecnológico. Hoy está en crisis la ley antitrust en los EE.UU., producto de las fusiones en marcha. Es decir, la legislación en general ya no controla el desarrollo de la tecnología ni la ex-

pansión de los monopolios de la comunicación. A veces hemos dudado mucho acerca de seguir insistiendo en estas cuestiones manejadas desde el parlamento, porque no prosperan. Por eso el desafío fue comunicarse con la sociedad de otra manera y luchar desde espacios diferentes.

Al principio hablábamos del papel que juegan hoy los medios, también como factores dinámicos de acumulación de capital. A diferencia de otras etapas históricas, en esta oportunidad nos toca bailar con la más fea, porque no se puede discutir la democratización de los medios sin discutir la democratización de la economía, y la sociedad.

Pero además, lo que está comprometido no son solamente las organizaciones gremiales o profesionales de los trabajadores de prensa. Con este tipo de concentración antidemocrática, lo que está comprometido es el conjunto de la sociedad. Las tres cuartas partes de la humanidad están corriendo el serio riesgo de no poder sobrevivir a este fenómeno que plantea el capitalismo en esta etapa. Articular la acumulación de fuerzas es una obligación que excede el marco en el que uno se mueve. Uno no puede pensar una organización para sí mismo, pero tiene una obligación inicial: para hacer un aporte en la política de alianzas, lo primero es consolidar su propia organización, porque si no, no hace ningún aporte; se transforma en un contrapeso. Esto también es una discusión que hay que resolver. Es decir, es mejor una Utpba que pueda consolidarse, establecerse y ser lo más fuerte posible para que el día que haga su política de alianzas sirva como aporte y no que vaya a sumar sus necesidades a las ya muchas existentes.

**Entrevista de E. L. y M. M.**

# La propiedad de medios audiovisuales en la Argentina neoliberal

DIEGO ROSSI

## EL "PROYECTO" COMUNICACIONAL

Como tradicionalmente sucedió con los cambios de gobierno en Argentina, la política estatal frente a los temas ligados a la comunicación social fue redefinida en 1989 a partir de la injerencia de nuevos actores políticos y sociales con la asunción del presidente Carlos Menem y sus principales colaboradores nombrados en el sector de medios. Sin presentar un proyecto explícito para el manejo del subsector público de comunicación social, a los pocos meses la política gubernamental demostró hacia dónde se encaminaba.

Las cuestiones que más peso tuvieron durante el primer año de gobierno justicialista estuvieron focalizadas en cómo llevar adelante el proceso de privatización de todos los medios de comunicación comerciales en manos del Estado. Con acuerdos entre las asociaciones patronales y un sector influyente del gobierno justicialista se desplegó una estrategia rápida y contundente para imponer el criterio privatizador, que llevó a mantener bajo la órbita estatal sólo las emisoras dependientes del Servicio Oficial de Radiodifusión. El gobierno recientemente asumido envió al Congreso un proyecto para disponer la "emergencia administrativa y la reestructuración de las empresas públicas", que le permitiría modelar a gusto el nuevo Estado menemista. En un artículo de esta iniciativa se aludía a la privatización de las empresas de radiodifusión administradas por el Estado (los canales 11 y 13 de Capital Federal, las radios Belgrano y Excelsior y varias más del interior del país) y se planteaba también la necesidad de modificar el mismo régimen legal de la radiodifusión (ley 22.285), en cuanto a los requisitos exigibles para obtener licencias de emisión. Se proponía originalmente eliminar la prohibición para la entrada de capitales extranjeros en la explotación de las licencias, lo cual finalmente no fue aprobado. Durante el tratamiento del proyecto en el Congreso Nacional, los partidos opositores dieron quórum en todo momento y, aunque votaron en contra de los artículos sobre radiodifusión, permitieron que la iniciativa fuera aprobada.

Lo cierto es que la sanción de esta ley, a comienzos del gobierno menemista, permitió la consolidación legal de conglomerados multimedia de capitales argentinos. Para esa fecha —septiembre de 1989— los empresarios del sector veían con buenos ojos la posibilidad de formar pools de medios gráficos, radiales y televisivos, pero temían que, de permitirse la concurrencia de empresas extranjeras en el mercado, no pudieran competir ventajosamente con ellas.

## MULTIMEDIOS SIN RESTRICCIONES

Históricamente, la regulación de la radio y la TV en Argentina llevó a la estructuración de un sistema mixto en el cual el sector estatal ocupa un rol subsidiario respecto de los radiodifusores privados. Estos, de acuerdo a las sucesivas leyes en la materia, deben ser personas físicas o jurídicas con fines comerciales.<sup>1</sup> La normativa vigente contempla dos formas de adjudicación de licencias de radiodifusión: a) para las estaciones de radio AM y TV abierta mediante un concurso público; b) para los *servicios complementarios* (radio FM, circuitos cerrados de TV o radio, etcétera) mediante adjudicación directa.

La ley 22.285 indica, asimismo, pautas para la conformación de los grupos empresariales de medios. Entre los requisitos a ser cumplidos por los titulares de una licencia, se enumeran: sus fines necesariamente comerciales, nacionalidad argentina, calidad moral e idoneidad cultural (?), y capacidad patrimonial acorde con la inversión a efectuar.

Las previsiones establecidas por los redactores de la ley de radiodifusión de 1980 para restringir el creciente poder económico y político de los medios audiovisuales fueron suprimidas por las modificaciones de 1989, que permitieron la constitución de conglomerados multimedia limitados sólo por la *evolución del mercado*. De esta manera, en base a un proyecto del gobierno de Menem, los legisladores eliminaron:

- el límite de 3 licencias de TV o radio a una misma persona física o jurídica en distintas áreas de cobertura;
- la restricción que establecía que no podía presentarse al concurso de una nueva licencia un propietario o socio de diferentes sociedades de radiodifusión;
- la prohibición de presentarse a un concurso de frecuencias para una persona física o jurídica vinculada a empresas periodísticas (medios gráficos);
- la disposición que establecía que el objeto social de la licenciataria sería exclusivamente la prestación y explotación del servicio de radiodifusión (es decir, se permitió que el licenciatario realice otras actividades);
- el requisito que los socios de las licenciatarias serían personas físicas y no excederían el número de veinte (es decir, se permitió la constitución de una sociedad integrada por otras sociedades).

Si bien la ley 22.285 de radiodifusión mantiene el veto a la participación de capitales extranjeros en las sociedades licenciatarias, desde fines de 1994 se ha interpretado que este postulado fue derogado implícitamente por la aprobación de Tratados de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, firmados por el gobierno argentino con más de treinta países, que garantizan igual trato para las inversiones nacionales y aquellas provenientes de los países firmantes. Este aval que el Estado dio (*sin debate alguno*) a las *inversiones* extranjeras para entrar en el campo comunicacional argentino, coincide con la visión actual de los principales

<sup>1</sup> Con esta definición, quedan excluidas como prestadoras de servicios de radio o TV las entidades sociales no comerciales en general (instituciones de bien público, sindicatos, partidos políticos, cooperativas, clubes, etcétera).

medios privados de comunicación. Julio Tapia, presidente de la Asociación Argentina de Televisión por Cable ilustra de esta manera las asociaciones con megaempresas multimedia internacionales: "unos años atrás se hablaba de permitir un 40% de participación extranjera en los medios porque teníamos miedo a la entrada de las telefónicas en el negocio. Ahora que ya están conformados los grandes operadores de cable (Multicanal, Produfé, Cablevisión y VCC), y que están dialogando con las telefónicas para converger en la prestación de futuros servicios, ningún empresario se opone a que vengan inversiones del exterior".<sup>2</sup>

## CAMBIOS EN EL MAPA DE MEDIOS

Los principales cambios en la estructura de propiedad de los medios radioeléctricos desde 1989 fueron:

En el subsector público:

- Con la privatización de diversos medios se terminó con la controvertida figura jurídica de las "emisoras (de derecho privado) administradas por el Estado", originada en las revocaciones de las licencias de 1957 y las expropiaciones de 1975. Solamente quedan en manos del Estado ATC y las emisoras dependientes de Radio Nacional, a las que se le suman las radios públicas provinciales, municipales y universitarias.
- Argentina Televisora Color Sociedad del Estado, única emisora de TV oficial de alcance nacional, fue convertida en Sociedad Anónima, adoptando un modelo de organización interna privada que la pone a las puertas de una varias veces anunciada privatización.
- Se creó Canal 4 Sociedad Anónima para explotar la controvertida frecuencia de TV abierta. A los pocos meses, se efectuó su llamado a privatización, la cual no se concretó hasta la fecha.
- Por medio de una discutida interpretación jurídica de la ley 22.285, el gobierno nacional adjudicó alrededor de 200 frecuencias de AM y FM a distintos obispados y arzobispados de la Iglesia Católica. Si bien estas radios no funcionan integralmente, la Iglesia como ente radiodifusor cobró una gran importancia.

En el subsector privado:

- Las adjudicaciones de los canales 11 y 13 de Capital Federal promovieron la conformación de un nuevo grupo multimedia (el Grupo Telefé, que en 1992 compró Radio Continental y luego entró al negocio del cable), y llevaron al Grupo Clarín a constituirse en el más importante multimedia del país.
- Gracias a la eliminación de las trabas legales para la compra de radioemisoras por parte de empresas periodísticas, la mayor parte de las empresas gráficas cruzó sus intereses con el audiovisual (Editorial Atlántida, a través de Telefé, en Canal 11; *La Nación* en Radio Del Plata; *Clarín* en Canal 13; etcétera).

<sup>2</sup> Entrevista con el autor, diciembre de 1994.

- El crecimiento de la cantidad de canales de TV por cable se dinamizó con una importante cantidad de empresarios independientes (principalmente los pioneros de la actividad en ciudades del interior del país). Asimismo, empresas o conglomerados de medios zonales y regionales se articularon con los cables de su área de influencia. Desde 1993, la propiedad de los principales circuitos de cable del país se concentró en cuatro grandes operadores, mientras que los demás formaron diversas asociaciones para comprar programaciones e invertir en renovación tecnológica en condiciones más favorables.
- Algunas emisoras de FM "truchas", en el interior del país —en general vinculadas a otras actividades relacionadas con la comunicación masiva—, se consolidaron en audiencia e ingresos comerciales, desplazando a tradicionales emisoras de su zona de influencia. El conjunto de FMs "truchas" o alternativas aparece segundo en las mediciones de audiencia en Capital Federal y alrededores.

## TENDENCIAS

No todos los multimedia que rápidamente fueron conformándose en Argentina a principios de los '90 actuaron de la misma manera. Los grupos conformados por empresas líderes en sus tradicionales segmentos de competencia (Clarín/Artear o Grupo Federal de Comunicaciones—Telefé—) prefirieron no hacer pública su condición multimedia (intentando evitar una probable percepción pública negativa de las organizaciones como virtuales "monopolios de prensa"), mientras que otros, como la "Corporación Multimédios América" de Eduardo Eurnekián, no tuvieron reparos en autodefinirse como tales. Recién a fines de 1994 —y luego de un profundo estudio de su imagen interna y externa— el Grupo Clarín decidió presentarse en sociedad como holding mediático.

Debe tenerse en cuenta, asimismo, que la propia dinámica de las empresas audiovisuales ha cambiado radicalmente. Los viejos "zares" de los medios como Alejandro Romay o Héctor Ricardo García, que personalizaban la dirección de sus empresas y basaban el éxito comercial en la intuición de su olfato, han debido resignar posiciones ante organizaciones más impersonales, que disponen de una meticulosa planificación, tanto de los contenidos a emitir como de la estrategia general de la organización.

En la situación actual del audiovisual argentino, las principales empresas del sector —con apoyo de capitales norteamericanas en management, tecnología y financiamiento— han planteado su desarrollo en dos ámbitos diferenciados pero complementarios: por una parte en la *producción y distribución audiovisual*, apuntan a mantener competitivas las pantallas de TV abierta, generar un paquete de señales de TV satelital, comercializar los derechos de emisión de otras señales satelitales, y producir nuevos servicios (audiotextos, futuros servicios informáticos vía cable, diarios electrónicos, etcétera). Por otra parte, en lo referente al *soporte audiovisual*, los multimedia más relevantes han realizado importantes inversiones para ampliar el ancho de banda por fibra óptica de sus operadoras de TV por cable. El Grupo Clarín, además, está participando en la prestación de telefonía celular móvil asociada con la norteamericana AT&T en la Compañía de Teléfonos del Interior (CTI).

Frente a la tan mentada convergencia de las telecomunicaciones con la radiodifusión, que en nuestro país se manifestará principalmente entre los años 1997 y 2000, cuando a las telefónicas se les acabe el período de monopolio de prestación del servicio básico telefónico, varios son los escenarios posibles para los actuales radiodifusores. *El principal interrogante reside en cuál será la capacidad de las redes de cable para ofrecerse como empresas telefónicas locales y de qué manera las telefónicas se las ingeniarán para entrar al creciente mercado de la distribución por cable de material audiovisual.* A favor de las telefónicas se encuentra su nivel de inversiones y ganancias (la relación de inversión anual de ambas telefónicas frente a la inversión de la totalidad de los cables es de 5 a 1), y el manejo de una economía de escala que les permitiría ofrecer servicios a un costo relativamente menor. Las empresas de cable, por su parte, están acostumbradas a un entorno competitivo y tienen más aceitadas las relaciones de marketing con sus clientes.

De todas formas, seguramente quienes aspiren a ser "carriers" (o soportes) del audiovisual deberán arreglar con las telefónicas y otras compañías de enlace satelital las condiciones de interconexión de sus redes. Además de competir, las empresas de distribución audiovisual concurrirán en un mercado sinérgico que, como lo ilustran las crónicas recientes del Norte, seguramente muestre fusiones y alianzas entre diversos conglomerados.

*Preguntarse acerca de quiénes y cómo pondrán las reglas en este ámbito hiperdinámico, lleva directamente a cuestionar el funcionamiento de los organismos estatales con competencia en la materia.* Sin política audiovisual alguna, el actual gobierno se ha dedicado, con un particular y deplorable modo de gestión pública que incluyó la reciente intervención del directorio de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, a instrumentar tres principios proclamados en la ley de Reforma del Estado: "privatizar, desmonopolizar y desregular". Principios de la política económica aplicados a todos los campos de la acción estatal, que conllevan una sorda lucha entre grupos de presión con particulares intereses contrapuestos, y que responden a la voluntad de sostener un plan económico sin contemplar pautas que garanticen ni más ni menos que el derecho a la información de todos los habitantes de la Nación.

## La influencia del periodismo

PIERRE BOURDIEU  
Traducción: ANALIA REALE

El objeto aquí no es el "poder de los periodistas" y menos aun el periodismo como "cuarto poder" sino la influencia ejercida por los mecanismos de un campo periodístico cada vez más sumiso frente a las exigencias del mercado (de lectores y anunciantes) primeramente sobre los periodistas (y los intelectuales-periodistas) y luego, y en parte a través de ellos, sobre los diferentes campos de producción cultural: el campo jurídico, el campo literario, el campo artístico, el campo científico. Se trata, entonces, de examinar de qué modo la determinación estructural que pesa sobre este campo —dominado a su vez por las determinaciones del mercado— modifica más o menos profundamente las relaciones de fuerza en el interior de los diferentes campos afectando lo que allí se hace y se produce y ejerciendo efectos muy similares en estos universos fenoménicos tan dispares. Todo ello sin caer en uno u otro de los dos errores opuestos: la ilusión del nunca visto y la ilusión del siempre igual.

La influencia que el campo periodístico y, a través de él, la lógica del mercado ejerce sobre los campos de producción cultural, aun sobre los más autónomos, no tiene nada de novedad radical: se podría componer fácilmente, con textos tomados de escritores del siglo pasado, un cuadro absolutamente realista de los efectos más generales producidos por ella en el ámbito de estos universos protegidos.<sup>1</sup> Pero hay que tener cuidado de no ignorar la especificidad de la situación actual que, más allá de los coincidencias resultantes del efecto de la homología, presenta características relativamente sin precedentes: los efectos producidos por el desarrollo de la televisión sobre el campo periodístico y, a través de él, sobre todos los otros campos de producción cultural son incomparablemente más importantes en su intensidad y amplitud que los provocados por la aparición de la literatura industrial, con la prensa masiva y el folletín, y que suscitaron entre los escritores las reacciones de indignación o de rebelión de las que, según Raymond Williams, surgieron las definiciones modernas de la "cultura".

<sup>1</sup> Se podría llegar a esta convicción con la lectura de la obra de Jean Marie Goulemont y Daniel Oster *Gens de lettres, Écrivains et Bobèmes*, donde se encontrarán numerosos ejemplos de las observaciones y notaciones constitutivas de la sociología espontánea del medio literario producida por escritores, sin adherir por ello a sus principios, sobre todo en sus esfuerzos por objetivar a sus adversarios o al conjunto de lo que les disgusta en el campo literario (cf. J. M. Goulemont et D. Oster, *Gens de lettres, Écrivains et Bobèmes*, París, Minerve, 1992). Pero la intuición de las homologías también puede leer entre líneas, en un análisis del funcionamiento del campo literario en el siglo pasado, una descripción de los funcionamientos ocultos del campo literario actual (como lo ha hecho Philippe Murray, "Des règles de l'art aux coulisses de sa misère", *Art Press*, 186, juin 1993, p. 55-67).

El campo periodístico impone sobre los diferentes campos de producción cultural un conjunto de efectos que se hallan ligados en su forma y su eficacia a su propia estructura, es decir, a la distribución de los diferentes diarios y periodistas según su autonomía en relación con las fuerzas externas del mercado de los lectores y del mercado de los anunciantes. El grado de autonomía de un órgano de difusión se mide sin duda por el porcentaje de ingresos provenientes de la publicidad y de la asistencia estatal (bajo la forma de publicidad o de subvenciones) y también por el grado de concentración de anunciantes. El grado de autonomía de un periodista particular depende, en principio, del grado de concentración de la prensa (que, al reducir el número de empleadores potenciales, aumenta la inseguridad del empleo); en segundo lugar, de la posición de su diario en el espacio de los diarios, es decir, más o menos cerca del polo "intelectual" o del polo "comercial"; luego, de su posición en el diario o el medio de prensa (miembro de la redacción o colaborador ocasional, etcétera) que determina las diferentes garantías estatutarias (asociadas, sobre todo, a la notoriedad) de las que dispone, y también su salario (factor de menor vulnerabilidad frente a las formas sutiles de relaciones públicas y de menor dependencia respecto de los trabajos de subsistencia o mercenarios a través de los cuales se ejerce el dominio de los comanditarios); y, finalmente, depende de su capacidad de producción autónoma de la información (algunos periodistas, como los que se ocupan de la divulgación científica o los periodistas económicos son particularmente dependientes). Resulta claro, en efecto, que los distintos poderes y, en particular, las instancias gubernamentales, actúan no sólo a través de las restricciones económicas que están en condiciones de ejercer sino también a través de todas las presiones autorizadas por el monopolio de la información legítima —originado, especialmente, en las fuentes oficiales—. Este monopolio otorga a las autoridades gubernamentales y a la administración (la policía, por ejemplo) pero también a las autoridades jurídicas, científicas, etcétera, las armas para la lucha que las enfrenta a los periodistas y en la que ellas tratan de manipular las informaciones o los agentes encargados de transmitir las mientras que la prensa, por su parte, intenta manipular a los poseedores de la información para tratar de obtenerla y de asegurarse su exclusividad. Sin olvidar el poder simbólico excepcional que confiere a las grandes autoridades del Estado la capacidad de definir, a través de sus acciones, sus decisiones y sus intervenciones en el campo periodístico (entrevistas, conferencias de prensa, etcétera) *el orden del día* y la jerarquía de los acontecimientos que se imponen a los periódicos.

### ALGUNAS PROPIEDADES DEL CAMPO PERIODISTICO

Para comprender cómo contribuye el campo periodístico a reforzar, en el seno de todos los campos, lo "comercial" en detrimento de lo "puro", los productores más susceptibles a la seducción de los poderes económicos y políticos en desmedro de los productores más comprometidos con la defensa de los principios y valores del "oficio", es necesario advertir que este campo se organiza según una estructura homóloga a la de los otros campos y que, a la vez, el peso de lo "comercial" es aquí mucho más importante.

El campo periodístico se constituyó como tal en el siglo XIX alrededor de la oposición entre los periódicos que ofrecían sobre todo "noticias", preferentemente "sensacionales" o

mejor "sensacionalistas", y los que proponían análisis y "comentarios" preocupados por marcar su distinción con respecto a los primeros a través de la afirmación explícita de valores de "objetividad".<sup>2</sup> Es el lugar de una oposición entre dos lógicas y dos principios de legitimación el reconocimiento por los pares, acordado a los que reconocen más plenamente los "valores" o los principios internos, y el reconocimiento por la mayoría, materializado en el número de entradas, de lectores, de oyentes o espectadores, y por ende las cifras de venta (*best-sellers*) y el beneficio económico. La sanción del plebiscito democrático está así inseparablemente ligada, en este caso, al veredicto del mercado.

Al igual que el campo literario o el campo artístico, el campo periodístico es, entonces, el lugar de una lógica específica, cultural, que se impone a los periodistas a través de las determinaciones y controles cruzados que pesan sobre unos y otros y cuya observancia (a veces designada como deontología) funda las reputaciones de honorabilidad profesional. En realidad, fuera de ellos puede haber "acomodamientos" cuyo valor y significación dependen de la posición en el campo de aquellos que las producen y a la vez resultan beneficiarios de ellos. En este caso hay pocas sanciones positivas relativamente indiscutibles; las sanciones negativas contra el que omite citar sus fuentes, por ejemplo, son casi inexistentes —aun cuando se tiende a no citar una fuente periodística, sobre todo cuando se trata de un órgano menor, a menos que sea necesario desligarse de una posible responsabilidad penal—.

Pero, del mismo modo que el campo político y el campo económico y mucho más que el campo científico, artístico o literario o aun el jurídico, el campo periodístico es sometido permanentemente a la prueba de los veredictos del mercado a través de la sanción directa de la clientela, o indirecta del Audimat<sup>3</sup> (aun cuando la asistencia del Estado pueda garantizar una cierta independencia respecto de las determinaciones inmediatas del mercado). Y los periodistas tienen una tendencia mayor, sin duda, a adoptar el "criterio Audimat" en la producción ("simplificar" "acortar", etcétera) o en la evaluación de los productos y aun de los productores ("sale bien en la televisión", "se vende bien", etcétera) cuanto más elevada es la posición que ocupan (director de un canal de televisión, jefe de redacción, etcétera) en un órgano más directamente dependiente del mercado (un canal de televisión comercial por oposición a uno cultural, etcétera). Por el contrario, los periodistas jóvenes y menos establecidos tienden más a oponer los principios y valores del "oficio" a las exigencias más realistas o más cínicas de sus "mayores".<sup>4</sup>

Dentro de la lógica específica de un campo orientado hacia la producción de este bien altamente pere-

2 Sobre la emergencia de la idea de "objetividad" en el periodismo americano como producto del esfuerzo que los periódicos cuidadosos de su respetabilidad han hecho para distinguir la información del simple relato de la prensa popular, ver M. Schudson, *Discovering the news*, New York, Basic Books, 1978. Sobre la oposición entre periodistas orientados hacia el campo literario y preocupados por la escritura, y periodistas orientados hacia el campo político, y su contribución —en el caso de Francia— a este proceso de diferenciación y a la invención de un "oficio" propio (como, por ejemplo, el de reportero) se podrá consultar T. Ferenczi, *L'invention du journalisme en France: naissance de la presse moderne à la fin du XIXème siècle*, París, Plon, 1993. Sobre la forma que adquiere esta oposición en el campo de los periódicos y semanarios franceses, y sobre su relación con las diferentes categorías de lecturas y lectores, ver P. Bourdieu, *La Distinction, Critique sociale du jugement de goût*, París, Editions de Minuit, 1979, p. 517-526 (Hay traducción española: *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1988).

3 Sistema de medición de audiencia (N. de la T.).

4 Al igual que en el campo literario, la jerarquía según el criterio externo, el éxito de venta, es casi la inversa de la jerarquía según el criterio interno, el periodismo "serio". Y la complejidad de esta distribu-

cedero que son las *noticias*, la competencia por la clientela tiende a conformarse como una competencia por la prioridad, es decir, por las noticias más nuevas (la *primicia*) —y esto es tanto más evidente cuanto más cerca se está del polo comercial—. La determinación del mercado se ejerce a través de la intermediación del efecto de campo: efectivamente, gran cantidad de estas primicias, que son buscadas y valoradas como logros en la conquista de la clientela, están destinadas a ser ignoradas por los lectores o espectadores y a ser percibidas solamente por los competidores (ya que los periodistas son los únicos que leen todos los diarios...). Inscripta en la estructura y los mecanismos del campo, la competencia por la prioridad convoca y favorece a los agentes dotados de disposiciones profesionales tendientes a ubicar toda la práctica periodística bajo el signo de la velocidad (o de la precipitación) y de la renovación permanente.<sup>5</sup> Disposiciones reforzadas incesantemente por la temporalidad misma de la práctica periodística que, al obligarlos a vivir y a pensar al día y a valorar una información en función de su actualidad (es el síndrome de la adicción a la actualidad de los noticieros de televisión) favorecen una suerte de amnesia permanente, que es el revés negativo de la exaltación de la novedad, y también una propensión a juzgar los productores y los productos según la oposición de lo "nuevo" y lo "pasado".<sup>6</sup>

Otro efecto de campo absolutamente paradójico y poco favorable a la afirmación de la autonomía colectiva o individual: la competencia incita a ejercer una vigilancia permanente (que puede llegar incluso al espionaje recíproco) sobre las actividades de los competidores a fin de sacar provecho de sus fracasos, evitando sus errores, y de contrarrestar sus éxitos tratando de tomar prestados los *supuestos* instrumentos de su éxito (temas de números especiales que el

competidor se siente obligado a retomar, libros reseñados por otros y de los que no se puede no hablar, invitados que hay que tener, asuntos que hay que "cubrir" porque otros los han descubierto y hasta periodistas que se disputan ya sea para impedir que los tenga la competencia o por el deseo real de poseerlos). Es así que en este terreno como en otros, la competencia, lejos de ser automáticamente generadora de originalidad y de diversidad, tiende a menudo a favorecer la *uniformidad* de la oferta, como se puede ver fácilmente comparando los contenidos de los grandes semanarios o de las radios y canales de mayor audiencia. Pero este poderoso mecanismo produce también el efecto de imponerle insidiosamente al conjunto del campo las "elecciones" de los instrumentos de difusión más directa y completamente sumisos frente a los veredictos del mercado (como la televisión) lo que contribuye a orientar toda la producción en el sentido de la conservación de los valores establecidos, tal como lo atestigua, por ejemplo, el hecho de que las periódicas listas de consagrados a través de las cuales los in-

ción según una estructura quiasmática (que es también la del campo literario, artístico o jurídico) es duplicada por el hecho de que se encuentra funcionando a la manera de un sub-campo, en el interior de cada órgano de prensa escrita, radiofónica o televisiva, la oposición entre un polo "cultural" y un polo "comercial" que organiza el conjunto del campo de tal modo que estamos frente a una serie de estructuras encajadas (del tipo a:b::b1:b2).

<sup>5</sup> A través de las determinaciones temporales, a menudo impuestas de manera totalmente arbitraria, se ejerce la  *censura estructural*, prácticamente inadvertida, que pesa sobre las intervenciones de los invitados en la televisión.

<sup>6</sup> Si la afirmación "ya pasó, ya está superado" puede cumplir hoy tan frecuentemente, y mucho más allá del campo periodístico, la función de toda una argumentación crítica, es también porque los apresurados pretendientes tienen un interés evidente en poner en funcionamiento este principio de evaluación que confiere una ventaja indiscutible al recién llegado, es decir al más joven y que, al ser reductible a algo semejante a la oposición casi vacía entre el antes y el después, los exime de pasar una prueba.

telectuales-periodistas tratan de imponer su visión del campo (y, con un "rebote" favorable, el reconocimiento de sus pares...) yuxtaponen casi siempre autores de productos culturales altamente perecederos y destinados a figurar —gracias a su apoyo— durante algunas semanas en la lista de *best-sellers*, y autores consagrados que son al mismo tiempo "valores seguros" apropiados para consagrar el buen gusto de los que los consagran y también, en tanto clásicos, *best-sellers* a largo plazo. Es decir que aun cuando su eficiencia se alcanza siempre a través de acciones de personas individuales, los mecanismos que tienen lugar en el campo periodístico y los efectos que ellos ejercen sobre los otros campos son determinados en su intensidad y orientación por la *estructura* que lo caracteriza.

## LOS EFECTOS DE LA INTRUSION

La influencia que ejerce el campo periodístico tiende a reforzar en todos los campos a los agentes e instituciones próximos al polo más sometido al efecto del número y del mercado. Este efecto se ejerce con mayor intensidad en la medida en que los campos que lo sufren están más estrechamente sometidos a esta lógica, desde el punto de vista estructural, y en que el campo periodístico que lo ejerce esté también más sometido, en la coyuntura, a las determinaciones externas que, estructuralmente, lo afectan más que a los otros campos de la producción cultural. Hoy, por ejemplo, se observa que las sanciones internas tienden a perder su fuerza simbólica y que los periodistas y los diarios "serios" pierden su aura y se ven forzados a hacer concesiones a la lógica del mercado y del *marketing*, introducida por la televisión comercial, y a este nuevo principio de legitimidad que es la consagración del número y la "visibilidad mediática", capaces de conferirles a ciertos productos (culturales o aun políticos) o a ciertos "productores", el sustituto aparentemente democrático de las sanciones específicas impuestas por los campos especializados. Ciertos "análisis" de la televisión han debido su éxito entre los periodistas —sobre todo los más sensibles al efecto del Audimat— al hecho de que confieren una *legitimidad democrática* a la lógica comercial cuando se contentan con plantear en términos de *política*, y por ende de plebiscito, un problema de producción y de difusión *culturales*.<sup>7</sup>

Así, el refuerzo de la influencia de un campo periodístico cada vez más sometido a la dominación directa o indirecta de la lógica comercial, tiende a amenazar la autonomía de los diferentes campos de producción cultural reforzando en el interior de cada uno de ellos, a los agentes o las empresas que son más susceptibles de ceder a la seducción de los beneficios "externos" porque son menos ricos en capital específico (científico, literario, etcétera) y tienen menos seguridad de los beneficios específicos que el campo les garantiza en lo inmediato o en un mediano o largo plazo.

La influencia del campo periodístico sobre los

<sup>7</sup> Baste con enunciar ciertos problemas del periodista (como la elección entre TF1 y Arte) en un lenguaje que podría ser el del periodismo: "Cultura y televisión: entre la cohabitación y el apartheid" (D. Wolton, *Eloge du grand public*, París, Flammarion, 1990, p. 163). Permitaseme decir, de paso, para intentar justificar lo que puede haber de arduo y hasta trabajoso en el análisis científico, hasta qué punto se impone como condición la ruptura con las pre-construcciones y los presupuestos del lenguaje ordinario, y particularmente periodístico, para la construcción adecuada del objeto.

[N. de la T.: TF1 es el representante más popular de la televisión comercial francesa, comparable esté-

campos de la producción cultural (en especial en filosofía y en las ciencias sociales) se ejerce principalmente a través de la intervención de productores culturales situados en un lugar incierto entre el campo periodístico y los campos especializados (literario o filosófico, etcétera). Estos "intelectuales-periodistas",<sup>8</sup> que se valen de su doble pertenencia para esquivar las exigencias específicas de los dos universos o para importar en cada uno de ellos ciertos poderes más o menos bien adquiridos en el otro, están en condiciones de ejercer dos efectos capitales: por un lado, introducir nuevas formas de producción cultural, situadas en un territorio ambiguo mal definido entre el esoterismo universitario y el exoterismo periodístico; por otro, imponer —especialmente a través de sus juicios críticos— principios de evaluación de las producciones culturales que, al ratificar las sanciones del mercado con una apariencia de autoridad intelectual y al reforzar la inclinación espontánea de ciertas categorías de consumidores a la *alodoxia*, tienden a reforzar el efecto de Audimat o de lista de best-sellers sobre la recepción de los productos culturales y también, indirectamente y en forma diferida, sobre la producción, orientando las elecciones (de los editores, por ejemplo) hacia los productos menos exigentes y más vendibles.

Y, además, pueden contar con el apoyo de aquellos que —puesto que identifican la "objetividad" con una suerte de cortesía y de neutralidad ecléctica respecto de todas las partes involucradas— toman a productos de la cultura media por obras de vanguardia o que denigran las búsquedas de la vanguardia (y no solamente en el arte) en nombre de los valores del sentido común.<sup>9</sup> Pero estos últimos pueden contar, a su vez, con la aprobación o aun la complicidad de todos los consumidores que, como ellos, son proclives a la *alodoxia* por su distancia del "centro de los valores culturales" y por su interesada propensión a disimularse a sí mismos los límites de sus capacidades de apropiación —según la lógica de la *self-deception* que evoca elocuentemente la fórmula a menudo empleada por los lectores de revistas de divulgación: "es una revista científica de muy alto nivel y accesible a todos"—.

De este modo pueden llegar a verse amenazadas conquistas que han sido posibles gracias a la autonomía del campo y a su capacidad de resistir frente a las exigencias mundanas, las que hoy simboliza el Audimat y que los escritores del siglo pasado atacaban expresamente cuando se rebelaban contra la idea de que el arte (podría decirse lo mismo de la ciencia) pudiera ser sometido al veredicto del sufragio universal. Frente a esta amenaza, es posible seguir dos estrategias que son más o menos frecuentes según los campos y su grado de autonomía: marcar firmemente los límites del campo y tratar de restaurar las fronteras amenazadas por la intrusión del modo de pensar y de actuar del periodismo, o salir de la torre de marfil (según el modelo inaugurado por Zola) para imponer los valores surgidos del retiro en la torre de marfil y valer-se de todos los medios disponibles, en los campos

tica e ideológicamente a Canal 9 o Telefé en nuestro medio, mientras que Arte, como su nombre permite sospechar, es una emisora pública financiada por la CEE, dedicada exclusivamente a temas culturales.]

<sup>8</sup> Habría que poner aparte, en el interior de esta categoría de fronteras difusas, a los productores culturales que, según una tradición instaurada a partir de la aparición de una producción "industrial" en materia de cultura, reclaman al oficio periodístico *medios de subsistencia* y no poderes (de control o de consagración, especialmente) susceptibles de ser ejercidos sobre los campos especializados (efecto Jdanov).

<sup>9</sup> Es prácticamente imposible establecer distinciones entre muchas de las manifestaciones recientes del arte moderno a menos que se tomen en cuenta, quizás, las pretensiones de sus expectativas, de los veredictos que se obtendrían si se sometiera el arte de vanguardia a un plebiscito o, lo que es lo mismo, a un sondeo de opinión.

especializados o fuera de ellos y en el seno del campo periodístico mismo, para tratar de imponer en el exterior los logros y las conquistas posibilitadas por la autonomía.

Existen condiciones económicas y culturales de acceso a un juicio científico esclarecido y no se le podría pedir al sufragio universal (o al sondeo) que dirimiera problemas de ciencia (aunque lo haga a veces indirectamente y sin saberlo) sin anular al mismo tiempo las condiciones mismas de la producción científica, es decir, la barrera que protege la entrada del territorio científico (o artístico) contra la irrupción destructiva de principios de producción y evaluación externos y, por lo tanto, impropios o desplazados. Pero no debemos concluir que la barrera no pueda ser franqueada *en el otro sentido* y que sea intrínsecamente imposible trabajar en una redistribución democrática de las conquistas hechas posibles por la autonomía. Y esto siempre y cuando se perciba claramente que toda acción tendiente a divulgar los logros más excepcionales de la investigación científica o artística más avanzada supone el cuestionamiento del *monopolio de los instrumentos de difusión* de esta información (científica o artística) en poder del campo periodístico. También supone hacer la crítica de la representación de las expectativas de la mayoría, construidas por la demagogia comercial de aquellos que tienen los medios para interponerse entre los productores culturales (entre los que se puede contar, en este caso, a los políticos) y la gran masa de consumidores.

La distancia entre los productores profesionales (o sus productos) y los simples consumidores (lectores, oyentes, espectadores y también electores) que se funda sobre la autonomía de los campos de producción especializados, es, según los campos, más o menos grande, más o menos difícil de superar y más o menos inaceptable, desde el punto de vista democrático. Y, contrariamente a las apariencias, se la observa también en el orden de la política, cuyos principios declarados ella contradice. Aunque los agentes comprometidos en el campo periodístico y en el campo político participen de una relación de competencia y lucha permanente y aunque el campo periodístico esté, en cierto modo, englobado dentro del campo político (en el seno del cual ejerce efectos muy poderosos), estos dos campos comparten el hecho de estar sujetos muy directa y estrechamente al imperio de la sanción del mercado y del plebiscito. Esto implica que la influencia del campo periodístico refuerza las tendencias de los agentes comprometidos en el campo político a someterse a la presión de las expectativas y exigencias de la mayoría, exigencias a veces pasionales e irreflexivas, y a menudo constituidas en reivindicaciones movilizadoras gracias a la expresión que reciben en la prensa.

Excepto en el caso en que hace uso de las libertades y poderes críticos garantizados por su autonomía, la prensa, sobre todo la televisiva (y comercial), actúa en el mismo sentido que el sondeo, con el que ella misma debe contar: aunque pueda servir también de instrumento de demagogia racional tendiente a reforzar la clausura del campo político sobre sí mismo, el sondeo instaura con los electores una relación directa, *sin mediación*, que deja fuera de juego a todos los agentes individuales o colectivos (tales como los partidos o los sindicatos) socialmente mandatados para elaborar y proponer opiniones constituidas. Despoja a todos los mandatarios y portavoces, de su pretensión (compartida por los grandes editorialistas del pasado) del monopolio de la expresión legítima de la "opinión pública" y, al mismo tiempo, de su capacidad de trabajar en una elaboración crítica (y a veces colectiva, como en las asambleas legislativas) de las opiniones reales o supuestas de sus mandantes.



Todo esto hace que la influencia siempre en aumento de un campo periodístico sometido, a su vez, a una influencia creciente de la lógica comercial sobre un campo político permanentemente acosado por la tentación de la demagogia (especialmente en un momento en que el sondeo le ofrece el medio para ejercerla de manera racional) contribuya a debilitar la autonomía del campo político y, por eso mismo, la capacidad acordada a los representantes (políticos u otros) para invocar su competencia de *expertos* o su autoridad de *guardianes de los valores colectivos*.

¿Cómo no evocar, para terminar, los casos de los juristas que, al precio de una "hipocresía piadosa", están en condiciones de perpetuar la creencia de que sus veredictos se fundan no en determinaciones externas, especialmente económicas, sino en las normas trascendentes que ellos custodian? El campo jurídico ya no es lo que cree ser, esto es, un universo puro, libre de todo compromiso con las necesidades de la política o de la economía. Pero el hecho de que llegue a hacerse reconocer como tal, contribuye a producir efectos sociales efectivamente reales y, en primer lugar, sobre aquellos cuya tarea es dictar justicia. Pero ¿qué sucederá con los juristas, encarnaciones más o menos sinceras de la hipocresía colectiva, si se vuelve público y notorio que, lejos de obedecer a verdades y valores trascendentes y universales, son atravesados —como todos los demás agentes sociales— por determinaciones como las que, alterando los procedimientos y las jerarquías, hacen pesar sobre ellos la presión de las necesidades económicas o la seducción del éxito periodístico?

#### PEQUEÑO POST-SCRIPTUM NORMATIVO

*Develar las determinaciones ocultas que pesan sobre los periodistas y que ellos, a su vez, hacen pesar sobre todos los productores culturales, no es (¿hace falta decirlo?) denunciar responsables, señalar culpables.*<sup>10</sup> *Es tratar de ofrecer a unos y otros una posibilidad de liberarse, a través de la toma de conciencia, del influjo de estos mecanismos y proponer, quizás, el programa de una acción concertada entre artistas, escritores, científicos y periodistas, poseedores del (cuasi)monopolio de los medios de difusión. Solo una colaboración de este tipo permitiría trabajar eficazmente en la divulgación de las conquistas más universales de la investigación y también en la universalización práctica de las condiciones de acceso a lo universal.*

Extraído de BOURDIEU, Pierre: "L'emprise du journalisme", en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Nº 101-102, París, marzo, 1994, pp. 3-9.

10 Para evitar el efecto de "sujeción" o de caricatura que se corre el riesgo de suscitar cuando se publican literalmente declaraciones grabadas o textos impresos, muchas veces tuvimos que renunciar a reproducir documentos que habrían aportado toda su fuerza a nuestras demostraciones y que, por otra parte, (por efecto de la singularización que anula su carácter banal al arrancarlo del contexto familiar) habrían evocado en el lector todos los ejemplos equivalentes que la rutina de la mirada común deja escapar.

#### DEL CASO POLICIAL A LA CUESTION DE ESTADO

Es posible hacerse una idea de la contribución del periodismo a la génesis de una *opinión activa y eficiente* a través del seguimiento del desarrollo cronológico de un caso, ciertamente bastante banal, como el "caso de la pequeña Karine", simple hecho policial destinado a quedar confinado en el rubro local de un periódico regional, que poco a poco se vio transformado en una verdadera cuestión de Estado por un trabajo de *constitución* de una opinión colectiva, pública y legítima, finalmente ratificada por una ley (la ley de reclusión perpetua).

El punto de partida: en un pequeño periódico local, *L'Indépendant de Perpignan*, el anuncio de la desaparición de la pequeña (15 de septiembre); la "apelación patética" de su madre (16 de septiembre); la apelación del padre a "sus amigos" (19 de septiembre); la alusión a un "sospechoso", amigo de la familia con antecedentes penales "condenado dos veces en la cámara criminal" (20 de septiembre); la confesión del asesino (22 de septiembre). Más tarde, el 23 de septiembre, un cambio de registro: una declaración del padre de la víctima exigiendo el restablecimiento de la pena de muerte acompañada por una declaración en el mismo sentido de padrino de Karine y un editorial que sugiere que los antecedentes del asesino "deberían haber acarreado medidas definitivas para impedir la reincidencia". El 25, una convocatoria de la familia a manifestar en favor de un proyecto de ley para agravar las penas para violadores y asesinos de niños; el anuncio de la creación de una Asociación de amigos de los padres de Karine en un pequeño pueblo vecino y de una apelación al ministro del Interior en otro. El 26, manifestación con pancartas reclamando el restablecimiento de la pena de muerte o de reclusión perpetua. *La Dépêche de Toulouse* sigue más o menos el mismo movimiento, pero un editorial del 26 alude "a aquel que sigue siendo uno de nosotros" y llama a la moderación. El 27 de septiembre, *L'Indépendant* anuncia que el gobierno va a presentar en el período de sesiones de otoño un proyecto de ley que reforzará la regla de ejecución de la pena para los autores de asesinatos de niños. Intervienen los políticos: primero, miembros del Frente Nacional; más tarde, de otros partidos (en particular el alcalde socialista de Perpignan).

A partir de esta fecha el debate pasa a escala nacional. *L'Indépendant* del 6 de octubre anuncia que la Asociación Karine, que se ha procurado un abogado, se constituye en parte querellante en todos los casos, convoca a una manifestación y reclama a la población el envío de cartas a los diputados; el 8 de octubre se informa que la Asociación es recibida por el ministro de Justicia; el 9, que convoca a una movilización; el 10, que ha tenido lugar una manifestación por una "verdadera perpetuidad". El 16, otra mani-

festación en Montpellier; el 25, un debate que reúne a dos mil setecientos adherentes. El 28, nueva audiencia con el ministro de Justicia. El 30 de octubre 137 diputados de derecha reclaman el restablecimiento de la pena capital. El 17 de noviembre interviene, necesariamente, la televisión con el programa de Charles Villeneuve llamado "El jurado de honor" al que son invitados "la mamá de Karine y la Sra. Nicolau" y también el ministro de Justicia, representantes de asociaciones y abogados para debatir la cuestión: "¿Qué hacemos con los asesinos de nuestros hijos?", interrogante en el que cada palabra es un llamado a la identificación vindicativa. Los diarios parisinos intervienen bastante tarde y bastante tibiamente. Con la excepción de *Le Figaro*: desde fines de septiembre, da la palabra a un abogado, autor de *Ces enfants qu'on assassine* (Esos niños que asesinamos) que reclama terminar con la indulgencia y convoca a un referendun a la vez que toma posición permanentemente en favor de la reforma de la ley (como *Le Quotidien de Paris*). El anuncio, el 4 de noviembre, de que el Consejo de ministros ha decidido adoptar un proyecto de ley que instaura la pena de reclusión a perpetuidad, desencadena la protesta generalizada de las principales organizaciones de magistrados y un colegio de abogados indica que "en la persecución de un fin mediático, el proyecto se opone a la serenidad de un trabajo legislativo" (*La Croix*, 4 de noviembre).

Así, por lo menos en la fase inicial, los periodistas han jugado un papel determinante: al darle la posibilidad de acceder a la expresión pública, han transformado un impulso de indignación privada y destinada a la impotencia reiterada, en un llamado público —publicado y por lo tanto hecho lícito y legitimado— a la venganza y a la movilización. Un llamado que ha sido el origen de un movimiento de protesta pública y organizada (manifestaciones, solicitadas, etcétera). Y la brevedad del plazo (menos de cuatro meses) entre la desaparición de la pequeña y la decisión legislativa de restablecer la reclusión perpetua, tiene el mérito de hacer aparecer los efectos que los periodistas pueden producir cada vez que, por la única virtud de la *publicación* —en tanto divulgación que implica ratificación y oficialización— atizan o movilizan pulsiones. Y tal como lo muestra la intervención de la televisión en este caso, la sumisión al Audimat y a la lógica de la competencia por las partes del mercado, que lleva a adular las expectativas más difundidas, no puede sino reforzar la propensión a dejar jugar libremente los efectos ignorados de la publicación, y aun a intensificarlos a través de la excitación demagógica de las pasiones primarias. La responsabilidad de los periodistas reside, sin duda, en el dejarse llevar de la irresponsabilidad que los conduce a producir, sin saberlo, efectos no queridos en nombre de un derecho a la información que, constituido en principio sacrosanto de la democracia, proporciona, a veces, a la demagogia su mejor coartada.

## Del error al horror: las fallas de la memoria

MAITE ALVARADO Y ANALIA REALE

La noche del 25 de abril el Gral. Balza sorprendió a los telespectadores de Bernardo Neustadt con un mensaje que él mismo calificó como un acto de "rendición de cuentas" ante la sociedad. Su intervención se produce, según declara en el breve intercambio que precede a la lectura del documento, a raíz de las recientes declaraciones de oficiales y suboficiales de la Marina y el Ejército reconociendo los crímenes cometidos por el terrorismo de Estado y frente al estupor de una sociedad que de pronto se vio sacudida por esa inesperada irrupción del pasado.

La palabra de Balza fue recibida por la prensa y la opinión pública en general como un gesto innovador dentro del discurso de las Fuerzas Armadas, como una pieza única y sin precedentes en la larga tradición de "desencuentros comunicativos" entre campo civil y campo militar. Se la interpretó como el acto fundante que se proponía romper el silencio impuesto por la institución militar sobre el episodio más sangriento de nuestra historia reciente. Y es cierto que desde que la Junta Militar difundiera su "Documento final sobre la guerra contra la subversión y el terrorismo" el 23 de abril de 1983, ésta es la primera vez que un Jefe de Estado Mayor se dirige a la ciudadanía a través de los medios para abordar la cuestión del accionar represivo durante la dictadura.<sup>1</sup>

Más allá de las notorias diferencias que distinguen las circunstancias de enunciación de uno y otro documento, es legítimo preguntarse qué relación vincula a estas respuestas institucionales tan distantes en el tiempo pero movidas por un reclamo común; cuál es el trayecto que va del "error" admitido en 1983 al "horror" reconocido en 1995. Intentaremos, entonces, analizar el discurso de Balza sobre la trama del "Documento Final" (DF) con el propósito de identificar las rupturas y continuidades que se inscriben en el mensaje del militar como "efectos de memoria".

<sup>1</sup> Durante los doce años que separan estos dos documentos, los jefes militares han hecho declaraciones institucionales sobre la actuación de sus fuerzas en el gobierno militar, pero siempre se trató de alocuciones enmarcadas en el contexto de actos o celebraciones desarrolladas en el ámbito del cuartel.

## EL EJERCITO SE CONFIESA

Este título, con el que *Página/12* reseña la presentación de Balza en el programa *Tiempo Nuevo* parece condensar el efecto de recepción que produjo en la sociedad. Apenas unas pocas palabras de presentación del periodista y otras de agradecimiento por la oportunidad brindada para “sincerarse” enmarcan una alocución leída con voz marcial y vacilante.<sup>2</sup> El Gral. Balza está prácticamente solo frente a las cámaras, es decir, frente a los televidentes, a los que interpela desde un primer plano casi estático. La cámara apenas se desplaza a lo largo de los doce minutos de lectura del documento, los únicos movimientos descubren los gestos atentos y reflexivos de los invitados que debatirán en el bloque siguiente, para volver a fundirse en el primer plano del militar. Son los testigos, una pequeña muestra de la sociedad que asiste al espectáculo en directo.

El mensaje de Balza diseña una escena enunciativa en la que se conjugan dos dimensiones: la del discurso confesional y la del discurso político. Desde el comienzo mismo, el enunciado es asumido en primera persona del singular lo que le confiere el tono confesional que la prensa le ha reconocido en forma casi unánime. Este rasgo enunciativo induce a establecer una identificación patética o emocional entre enunciador y alocutario, que se ve reforzada por la construcción de una imagen piadosa. Mientras que en el Documento Final —ejemplo paradigmático de la enunciación militar— la imagen del enunciador (la Junta/las Fuerzas Armadas) se apoya en el sistema de valores que define la tónica del discurso castrense: heroísmo, valentía, fuerza, decisión para enfrentar al enemigo; en el mensaje de Balza los valores activados corresponden a la esfera ética universal: se trata

de la humildad, la sinceridad, la ecuanimidad, la compasión, el coraje entendido como virtud cristiana, el valor de enfrentar la verdad:

El difícil y dramático mensaje que deseo hacer llegar a la comunidad argentina busca iniciar un diálogo doloroso sobre el pasado, que nunca fue sostenido...

En este exordio, marcadamente emotivo, la “valentía” se ha desplazado del campo de las acciones militares al terreno discursivo, el carácter heroico del enunciador ya no se relaciona con su condición de hombre de armas sino que reside en la voluntad de iniciar un diálogo sobre el pasado. De este modo el enunciador se ubica en un lugar atípico en el contexto de la formación discursiva militar: el lugar de la discusión.

<sup>2</sup> El texto del mensaje fue íntegramente leído por el Gral. Balza frente a las cámaras. La versión reproducida por los medios gráficos el día miércoles 26 difiere en algunos pasajes de la versión oral. Las diferencias son de distintos tipos. En algunos casos, se trata de inserciones o comentarios ocasionales, (a la manera de retoques o ampliaciones realizadas en el curso de la lectura). En otros, las lagunas del texto gráfico parecen deberse a supresiones controladas. Así, por ejemplo, sobre el final del documento, el Gral. Balza, tras afirmar *asumo nuestra parte de la responsabilidad de los errores de esta lucha entre argentinos que hoy nos vuelve a conmover* agrega *asumo toda la responsabilidad del presente y toda la responsabilidad institucional del pasado*. Esta segunda afirmación no fue registrada en las versiones ofrecidas por los diarios *Clarín* y *Página/12*.

Por otra parte, el discurso se orienta hacia tres tipos de destinatarios en una configuración característica del discurso político.<sup>3</sup> El primero de estos destinatarios, que se inscribe en el texto en forma explícita, aparece bajo la forma del universal “la comunidad argentina”. Este colectivo incluye al enunciador: “Nuestro país vivió una década, la del ’70...”, “No fuimos [los argentinos] ajenos a ese destino...”. Un poco más adelante, se reitera la referencia al *nosotros* inclusivo en el contexto de una serie de operaciones de redefinición que recortan el campo de los destinatarios:

Este pasado de lucha entre argentinos, de muerte fratricida, nos trae a víctimas y victimarios desde el ayer intercambiando su rol en forma recurrente.

El *nosotros* ahora excluye en forma explícita a las *víctimas* y a los *victimarios*, es decir a los actores del “pasado violento”. Así, el enunciador y su colectivo de pertenencia se instalan en la posición de testigos no comprometidos activamente en el conflicto. Esta exclusión se refuerza a través del empleo de la tercera persona:

Para ellos [“Quienes en este trance perdieron a los suyos”, es decir las *víctimas*] no son estas palabras... (...)

y del apelativo *resto* calificado por una relativa que reformula la referencia:

Para el resto, para quienes *tuvimos* la suerte de no perder lo más querido en la lucha entre argentinos, es que me dirijo.

Finalmente, la apelación a “todos los hombres y mujeres de nuestro amado país...” con que concluye el mensaje, retoma el colectivo inicial ya redefinido.

Este diálogo entre el enunciador y la comunidad argentina sirve de marco a otra interpelación en la que el enunciador se dirige a sus subordinados. La operación comporta dos tipos de destinatarios: el primero, individual:

... si existiera en el Ejército *alguien que dispusiera de listas...* le aseguro...

Más adelante, la apelación está dirigida al colectivo militar:

ordeno... al *Ejército Argentino*, en presencia de toda la sociedad argentina...

y finalmente:

agradezco a los hombres y mujeres que tengo el orgullo de comandar...

<sup>3</sup> De acuerdo con Eliseo Verón, el discurso político se caracteriza por estar orientado hacia tres tipos de destinatarios: el prodestinatario (identificado con la presuposición de creencia), el contradestinatario (asociado a la inversión de la creencia) y el paradestinatario (la posición de los “indecisos”, caracterizada por la hipótesis de suspensión de la creencia). [Cf. Verón, Eliseo: “La palabra adversativa” en AA.VV.: *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires, Hachette, 1987.]

Existe una tercera posición de destinación, aunque no está marcada explícitamente en el discurso. Se trata de un destinatario potencialmente polémico [contradestinatario, en términos de Verón] que se identifica con el lugar del reclamo de las listas de desaparecidos (organizaciones de derechos humanos, familiares de desaparecidos). A este destinatario, el enunciador dirige una respuesta:

Las listas de desaparecidos no existen en la Fuerza que comando, si es verdad que existieron en el pasado no han llegado a nuestros días

y una refutación implícita:

Ninguna lista traerá a la mesa vacía de cada familia el rostro querido...

Este diseño de la escena enunciativa coloca al enunciador fuera de la zona de conflicto, construye su figura como testigo y árbitro imparcial y, al mismo tiempo, en tanto dirige su discurso a dos tipos de colectivos (*Ejército* [prodestinatario] y *pueblo argentino* [paradestinatario]) con los que se identifica, le reserva el lugar de mediador en el conflicto (histórico y coyuntural) entre ambos.

Por otro lado, las operaciones de exclusión que recortan el campo de los destinatarios permiten al enunciador establecer una alianza con "la opinión pública" (el ciudadano medio, el televidente). Así, el ciudadano medio se convierte en el verdadero destinatario de la fuerza persuasiva de este discurso.

Las relaciones entre el enunciador y sus destinatarios no son lineales sino que se articulan a través de un procedimiento de imbricación. La interpelación al colectivo *Ejército Argentino*, se inscribe explícitamente en el marco del diálogo entablado entre el enunciador y la comunidad argentina:

*Sin buscar palabras innovadoras, sino apelando a los viejos reglamentos militares, ordeno, una vez más, al Ejército Argentino, en presencia de toda la sociedad argentina, que: —Nadie está obligado a cumplir una orden inmoral...*

La sociedad es instalada en la posición de testigo de un acto compromisorio que tiene por protagonistas al comandante del Ejército y a sus subordinados. Esta suerte de "representación" de la escena doméstica (que, por otro lado, es señalada como una repetición: "una vez más") tiene el valor argumentativo de la prueba: se la expone como un fragmento de realidad, de la realidad del interior del cuartel que el civil no alcanza a ver. Al mismo tiempo, esta escena sitúa definitivamente al enunciador en la posición de mediador entre sociedad civil y corporación militar.

## LA HISTORIA

Es sobre todo en la versión que presenta de la historia donde se establece una continuidad entre el DF y el discurso de Balza. A pesar de esto, el efecto en la recepción es de ruptura con la formación discursiva militar, debido en parte a la utilización de procedimientos retóricos de acercamiento al auditorio (como la enunciación en primera persona, o la escenificación de lo doméstico) y en parte al despliegue de una isotopía semántica de signo opuesto a la bélica que caracteriza a la formación discursiva castrense.

El pasado es a la vez objeto y causa eficiente del discurso de Balza pero, a diferencia del DF —en el que la acción persuasiva se esconde detrás de una aparente objetividad narrativa y el pasado asume la forma de "Historia" cerrada— aquí el pasado se propone como objeto de diálogo, es decir, de argumentación o negociación: frente a la clausura explícita del "Documento Final" el mensaje de Balza declara la voluntad de "iniciar un diálogo".

La primera ruptura con respecto al DF reside en la forma que asume la narración de la historia en ambos discursos. El DF construye una versión épica de la historia. El enemigo es lexicalizado como "terrorismo", "bandas terroristas", "ejército clandestino, mercenario de la violencia", "bandas delincuentes y terroristas", "flagelo terrorista" y las FF.AA., de seguridad y policiales como "fuerzas legales". Así, a través de esta marcación axiológica, el DF cumple una función reivindicativa.

El discurso de Balza, en cambio, al abandonar la intención laudatoria, abandona también la trama épica y la reemplaza por una versión poetizada. Las marcas de esta poetización pueden rastrearse en la sucesión de metáforas que apelan al campo semántico de lo irracional, el fatalismo y lo sobrenatural (desde el "fantasma" que vuelve de "las sombras" en el exordio, hasta el "inconsciente colectivo" al que se atribuyen las culpas, pasando por las épocas "oscuras" e inexplicables). Esta caracterización poética del pasado se refuerza en la construcción de actantes abstractos como la *violencia*, el *destino*, el mismo pasado, transformando a los actores sociales en objeto de esas acciones. La falta de atribución de las acciones a agentes animados junto con la isotopía de lo irracional, parecen despojar de causalidad a los hechos e invalidan, por lo tanto, cualquier explicación histórica. Frente a la causalidad política que encadena los acontecimientos en el DF (donde las acciones del "terrorismo" tienen la finalidad de "hacer efectivo un proyecto político destinado a subvertir los valores morales y éticos compartidos por la inmensa mayoría de los argentinos"), el discurso de Balza propone una versión desideologizada de la historia. Así, en el fragmento "Ese pasado de lucha entre argentinos, de muerte fratricida..." ya citado, los protagonistas del conflicto se identifican en un apelativo común ("argentinos"), que anula las diferencias y desideologiza la lucha a la vez que transpone el conflicto bélico al plano familiar. Este deslizamiento del terreno militar al dominio de lo familiar supone, al mismo tiempo, una privatización del conflicto, coherente con la desideologización de la historia: la epopeya es reemplazada por el drama individual.

Sin embargo, al igual que en el DF, en el discurso de Balza la isotopía de lo irracional termina por asimilarse al terrorismo (calificado de “demencial”) en un juego de reformulaciones por exclusión que separa *violencia* de *represión* (“Una violencia que se inició con el terrorismo, que no se detuvo ni siquiera en la democracia... y que desató una represión que hoy estremece.”) y que distingue al *ejército* del “*flagelo*” (“Las FF.AA., dentro de ellas el Ejército... creyó erróneamente que el cuerpo social no tenía los anticuerpos necesarios para enfrentar el flagelo y, con la anuencia de muchos, tomó el poder”). Las acciones de las Fuerzas Armadas son presentadas como consecuencia de la violencia iniciada por el terrorismo y de un error de apreciación motivado por la demencialidad del adversario (“El Ejército, instruido y adiestrado para la guerra clásica, no supo cómo enfrentar desde la ley plena al terrorismo demencial”). De este modo las acciones militares asumen una racionalidad que se materializa en la expansión del elemento léxico “error” a través de una serie de nominalizaciones (“privilegiar la individualización del adversario, su ubicación por encima de la dignidad, mediante la obtención, en algunos casos, de esa información por métodos ilegítimos, llegando incluso a la supresión de la vida...”). El vocabulario alusivamente “técnico” reemplaza aquí a los términos legitimados socialmente para hacer referencia a los crímenes cometidos (secuestro, tortura, asesinato, desaparición) en un intento por diferenciarse del discurso del contradestinatario y deshistorizar, una vez más, al objeto.

## LA CULPA

Dos nociones —responsabilidad y culpa— atraviesan el mensaje de Balza estableciendo una tensión que se resuelve en la delimitación de dos esferas: la de las acciones públicas frente a la de la conciencia individual. Desde su mismo planteo enunciativo (la constitución del yo confesional), el mensaje de Balza opera un desplazamiento del conflicto que se traslada así del campo social (el terreno en el que se cometieron los “errores”, consecuencia de la acción) al plano de la conciencia individual (en el que el sujeto experimenta el horror y la culpa). Así, la institución puede hacerse “responsable” de los errores, pero no reconocerse culpable. La culpa nos corresponde a cada uno de nosotros (“somos casi todos culpables”, “la culpa está en el inconsciente colectivo de la Nación toda”).

Desde un punto de vista retórico, la poetización de la historia, la insistencia en las imágenes que remiten a lo familiar, refuerzan el efecto de deslizamiento. En este sentido, es interesante notar que este procedimiento de “privatización” del conflicto social se condensa precisamente en la respuesta al reclamo de las listas de los desaparecidos. “Ninguna lista traerá a la mesa vacía de cada familia el rostro querido...” dice el discurso de Balza, y a través de este contraste lógico pretende dirimir el conflicto entre los dos órdenes.

En un texto reciente, “Formas del olvido”, de Héctor Schmucler, leemos:

“La vida de los hombres se edifica sobre algunos silencios. También la de las naciones. Silencio, es decir, voluntad de olvido...”<sup>4</sup> Y es sabido que la nuestra es una cultura que se resiste al ejercicio de la memoria. ¿En qué medida la palabra de Balza rompe con la tradición de silencio impuesta por el discurso de las Fuerzas Armadas sobre los crímenes de la dictadura? ¿De qué manera contribuye a “iniciar el diálogo”, a recuperar la memoria? La confesión del jefe militar —acto privado devenido espectáculo público frente a las cámaras— lejos de abrir un camino hacia la construcción de nuestra memoria, parece estar diciendo que el único espacio donde es posible enfrentar el pasado de horror es el de la intimidad de la conciencia individual. De este modo, antes que un discurso fundante del diálogo y de la reconciliación, su palabra se constituye como una nueva estrategia de exculpación y clausura de la memoria.

<sup>4</sup> Schmucler, Héctor, “Las formas del olvido” en *Confines*, Revista del Instituto de Filosofía de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Año 1, N° 1, abril de 1995, Buenos Aires (pp. 51-54).

# Identidades reflexivas

ALEJANDRO GRIMSON

En cada espacio que atraviesa una época se condensan el conjunto de sus elementos, aunque distribuidos de un modo particular e irrepetible. En una pequeña escena de la vida cotidiana se encuentran múltiples rasgos constitutivos de una cultura. La condición de posibilidad de su lectura, de una hermenéutica crítica, es someter el fragmento a una operación radical de desnaturalización. Para desentrañar sus claves es imprescindible no sólo considerarla de un modo multidimensional, sino también incluir en la reflexión al propio investigador y sus lógicas de aproximación y funcionamiento. Analizar el caso desde sí mismo y en relación a los procesos de transformación de la cultura. Las políticas de la teoría quedan así apresadas en su (in)capacidad no tanto de *explicación* como de *interpretación e involucramiento*.

A partir de una situación que puede parecer *in-significante*, como es la aparición en la televisión de un barrio habitado en su mayoría por inmigrantes bolivianos e hijos de bolivianos,<sup>1</sup> intentaré encontrar algunos elementos de nuestra cultura (mediática y no mediática) y de nuestras lógicas de investigación. El caso no se utiliza aquí ni como base de un procedimiento inductivo que conduzca a alguna demostración ni tampoco como contrastación empírica final. Por el contrario, se lo recupera como disparador empírico inicial.

## I. PRIMERA ENTRADA: PRODUCTIVIDAD Y LÍMITES DEL ANÁLISIS TEXTUAL

Si el texto televisivo, codificado a partir de ciertas estructuras de significación, puede ser decodificado de distintas maneras, podrían construirse hipotéticamente tres tipos básicos de lecturas posibles, siguiendo los planteos de Stuart Hall (Hall, 1980; Morley, 1992). La lectura preferente o dominante del fragmento aparecido en Telenoche, podría enunciarse como sigue:

“una mujer que siempre tuvo la esperanza de un centro de salud y luchó de manera perso-

1 El 25 de octubre de 1994, en el noticiero de las 20 hs. de canal 13, apareció una de las más importantes activistas del barrio, doña Alcira, contando la historia del Centro de Salud que fue edificado y organizado con su propio esfuerzo y el trabajo comunitario. Telenoche produjo su propia mirada sobre el barrio.

nal, individual, siempre por ese objetivo, consiguió al fin lo que quería; una de las cosas que nunca dejó de hacer fue rezar; en conclusión trabajar para el bien de los demás es virtuoso y posible”. Esto se vincula con los motivos propios de este género incluido, que en el noticiero relata historias de mujeres que, con su propio esmero, han conseguido pequeñas cosas que contribuyen al “bien común”.

Al mismo tiempo, sobre el mismo fragmento se puede considerar que existen al menos dos lecturas de tipo oposicional, es decir que decodifican desde estructuras de significación contrarias a las del texto: por una parte, aquella lectura del que reniega del valor de todo esfuerzo en el trabajo barrial o comunitario; por el otro, la del que considera ese trabajo como un logro eminentemente colectivo, anclado en una lucha conjunta. Entre la lectura dominante, propuesta por el texto, y las lecturas oposicionales, podremos encontrar en la recepción, hipotéticamente, una amplia gama de lecturas negociadas.

Personalmente, cuando realicé el análisis de este fragmento textual, consideré que el hecho más sorprendente, es que allí *se borró toda marca de bolivianidad*. La única referencia que aparece es la siguiente: “[Alcira] nació en Bolivia, pero vino de muy chiquita”. Es decir, “nació en Bolivia, pero...”. Y es la bolivianidad del barrio, en el que vive Alcira, la que sufrió la elipsis de los editores de Telenoche.<sup>2</sup>

Telenoche construye la historia de Alcira expulsando de su vida la historia del barrio: una historia, entre otras cosas, de resistencia frente a todos los gobiernos que intentaron expulsar las villas miseria de la Capital Federal. La historia de Charrúa es a la vez una historia de lucha y negociación con esas autoridades y, no menos importante, una parte de la historia de Bolivia en la Argentina. Al borrarse las autoridades la lucha aparece relatada metafísicamente. La periodista le pregunta por qué lucha, pero editan la respuesta: cortan la voz de Alcira y entonces queda diciendo que una de las cosas básicas que hace es rezar. Y si la religiosidad es fundamental para entender a los bolivianos, la lucha contra las autoridades, las negociaciones, las redes de solidaridad, son también aspectos ineludibles.<sup>3</sup>

(A través de ciertas reconversiones teóricas, el análisis textual —que aquí sólo se realiza esquemáticamente— ha quedado desacreditado, porque podría presuponer algún modelo de “efectos de los medios”. En especial, cuando pretende ocuparse de las dimensiones ideológicas. Sin embargo, en la medida en que reconoce cierta pluralidad de lecturas posibles y no presupone mecánicamente los impactos sobre la re-

2 Para no extendernos demasiado señalemos que en Charrúa puede conseguirse fricasé, picante de pollo y chicharrón (comidas típicas bolivianas); su parroquia se llama “Nuestra Señora de Copacabana” (la patrona de Bolivia); una guardería lleva por nombre Kantuta (flor nacional de Bolivia); y todos los años se realiza allí la Fiesta de Nuestra Señora de Copacabana a la que concurren entre 10 y 20 mil inmigrantes bolivianos.

3 En relación a este modo de focalización y descontextualización de los medios, Ford dice: “El ‘caso’ es en general explorado y analizado por periodistas que se inscriben en una tradición más de ‘interés general’ que específica y que carecen de una formación sociocultural adecuada (...); debido a esto, el ‘caso’ es débil y arbitrariamente conectado con lo estructural. Cuando no perjudicialmente. Esto no implica que el receptor no pueda elaborar otras conexiones. Pero lo hace en condiciones precarias” (Ford, 1994: 225; ver Ford y Longo, 1995).

cepción, es un elemento indispensable para desentrañar la dinámicas del funcionamiento de la cultura y los modos de constitución de los discursos dominantes.)

Este *desconocimiento del otro*, rasgo que reaparece en nuestra cultura en diferentes períodos históricos, se constituye hoy como discurso mediático contra los inmigrantes limítrofes. La propia clasificación de las noticias, en la sección policial —excepto cuando algún funcionario del gobierno o de la CGT hace declaraciones contra “los ilegales”— señala toda una política de institución del sentido de la diferencia. Justamente, es el carácter sistemático de apelación a la nacionalidad de los “delincuentes” —cuando son extranjeros— lo que hace más claro el sentido de la elisión de esa característica en una “buena noticia”.

## II. SEGUNDA ENTRADA: EL RETORNO AL CAMPO. LOS PRESUPUESTOS DEL INVESTIGADOR, RECEPCION Y RECEPCIONISMO

Después de realizar este análisis del texto televisivo, entrevisté a doña Alcira y le pregunté qué opinión le merecía la aparición en Telenoche. Ella me dijo: *Lo que me interesa es que sirva para algo. La gente que me llamó de la colectividad no conocía esto y parece que eso dio impulso a otros lugares. Cuando me llaman yo les digo que no esperen cosas del gobierno, de las autoridades. También hay un grupo de médicos residentes bolivianos que me llamaron y me pidieron que en algún momento me acerque.*

El relato de Alcira tiene diversas implicancias. En primer lugar, señala la existencia de una decodificación particular al interior del espacio autodefinido como colectividad boliviana. Es una lectura negociada, no contemplada en las hipótesis iniciales del análisis textual, que rejerarquiza ciertos elementos del fragmento televisivo al estar inscripta en otras estructuras de significación. La inmensa mayoría de los inmigrantes que se siente parte de ese espacio sabe de la existencia de Charrúa y el sólo hecho de que nombren al barrio remite a un referente común. Por eso, aunque el noticiero haya borrado la bolivianeidad del barrio, eso no termina de distorsionar completamente la recepción *entre los bolivianos* que reconocen al barrio como un espacio de su nacionalidad.

Ahora bien, si por una parte esta decodificación muestra un margen de resignificación del mensaje y de reciclamiento en torno a la utilidad en términos prácticos que se le otorga (sobre esto volveremos), por otra parte contrariamente a ciertas apologías vigentes en los estudios de recepción no debería celebrarse inocentemente esta diferencia. Por el contrario, es evidente que sólo aquellos que tienen competencia para una decodificación particular del mensaje pueden ir más allá de los límites impuestos por el propio medio. Los que no tienen esa

competencia —en este caso, la mayoría del público “argentino”— quedan, sin saberlo, relegados al imperio del desconocimiento.<sup>4</sup>

En segundo lugar, este hecho muestra que la identidad no tiene un carácter esencial

4 Quizás debiera insistir en que el caso no pretende funcionar aquí como “prueba concluyente” de mis aseveraciones, sino como provocador de estas reflexiones.

sino que constituye un constructo en función de un contexto. Alcira despliega una estrategia identitaria en función de un sentido práctico. Busca mostrar las virtudes y necesidades del barrio para lograr “una respuesta de alguien”.

Alcira dice que, a quienes la llaman, les recomienda *no pensar en un rédito de algo, sino que tiene que haber una vocación, y les digo que esto no es mi logro, es el logro de un grupo de personas*. Aunque considera que puede haber servido para impulsar trabajos comunitarios en otros barrios, Alcira no está conforme con la aparición en Telenoche: *cuando vinieron yo mandé un mensaje con algunas necesidades y después pregunté por qué no aparecieron esos reclamos. Ellos dijeron que era una nota personal y por eso no entraban las peticiones comunitarias. Después fui al canal e insistí. Porque creo que tal vez al aparecer ahí haya una respuesta de alguien (...) Ahora me dijeron que quizás pasan el reclamo comunitario, yo voy a esperar y si no lo pasan, voy a volver a protestar*. Esto sucedió hace un año y Alcira todavía sigue esperando.

Alcira buscó en la televisión lo mismo que intenta en su actividad de todos los días: dar impulso a centros de salud en otros barrios y conseguir ayuda para mejorar el centro en el que trabaja. Telenoche, sin embargo, sólo buscaba una “nota de color” y tanto las identidades culturales como el reclamo social escapan a las “restricciones del género”.

## III. TERCERA ENTRADA: LA LOGICA PRACTICA Y LA LOGICA LOGICA

El análisis de esta situación entre Telenoche, el barrio y doña Alcira sirve para considerar, además de las cuestiones antes señaladas, la contradicción de la lógica del investigador, es decir, mi propia lógica, y la lógica de los actores, es decir, en este caso, la lógica de doña Alcira. Mi propio punto de vista, cargado de teoría y de sentido común (académico y no académico), probablemente impactado por el complejo dispositivo de producción de bolivianeidad que iba vislumbrando en la medida que me sumergía en el campo, esperaba que “mi unidad de análisis” apareciera en la televisión al menos con alguna relación con mi propia percepción de ella. Sin embargo, el “barrio boliviano”, de pronto, surgía en el texto televisivo de Telenoche como un barrio “carenciado” más.

Y esto fue lo que más me sorprendió, por el cambio que sufría el “objeto de estudio”. En cambio, para doña Alcira, la aparición en Telenoche era, ante todo, no un reivindicación de la bolivianeidad —por otra parte degradada permanentemente en los medios de comunicación—, sino un *medio* para que “haya una respuesta de alguien”. Es decir que, ahora más allá de las críticas pertinentes al noticiero, doña Alcira misma no buscaba allí asociar al barrio a la bolivianeidad, sino encontrar para él soluciones materiales en relación a necesidades urgentes.

Si por una lado la lógica lógica y la lógica práctica<sup>5</sup> son dimensiones incommensura-

5 Desde una perspectiva distinta, una distinción análoga es planteada por Geertz: “... las descripciones de la cultura de beréberes, judíos o franceses deben encararse atendiendo

bles, porque “no se puede entender a la lógica de la práctica si no es a través de construcciones que la destruyen en tanto que tal” (Bourdieu, 1991: 29), la observación misma de *la realidad en tanto objeto*, en tanto espectáculo al que asiste el investigador social, implica la inasibilidad de la lógica práctica, excepto que las construcciones y la reflexividad alcancen a objetivar la objetivación (ver Bourdieu, 1992).

En ese sentido, el investigador requiere no sólo una visión crítica de la propia construcción del objeto que ha realizado, sino de los modos en que éste impacta en un primer momento sobre la mirada del investigador.<sup>6</sup> En relación al primer aspecto, los imprescindibles recortes realizados no deberían dejar de señalar la relevancia concreta de aquello que fue dejado de lado. En el mundo académico, la presión ejercida por demostrar la importancia de aquello que se busca investigar suele culminar en un rasgo de estilo argumentativo que tiende a subvalorar los aspectos no considerados. En relación al segundo problema, es habitual que en las primeras aproximaciones al objeto se produzca, sobre todo en el trabajo de campo antropológico, una cierta admiración por el descubrimiento de la diferencia cultural. En mi caso particular, como habitante de una ciudad que desconoce sistemáticamente las culturas de los inmigrantes limítrofes y que comienza a conocer sus múltiples manifestaciones, había trasladado casi a una concepción “teórica” —no innovadora, por otra parte— una concepción práctica: la folklorización de la identidad que en una jerarquización de lo “cultural” no considera los aspectos vinculados a las necesidades y desigualdades sociales, sin duda claves en la conformación de cualquier entramado identitario.<sup>7</sup>

La lógica lógica y la lógica práctica pertenecen a campos o formaciones discursivas que deberían ser considerados en planos distintos. Las políticas de la teoría y las políticas de identidad se encuentran ancladas en planos diferenciales, lo cual no significa —obviamente— que sufran una fatal desconexión, sino que la primera sólo puede acercarse a la segunda asumiendo críticamente su propia posición. Por eso, cuando García Canclini constata que “los relatos de la multiculturalidad se [encuentran] hoy escindidos entre la teorización académica y los movimientos sociopolíticos” porque “las ciencias sociales y las humanidades conciben las identidades como históricamente constituidas, imaginadas y reinventadas”, mientras que “muchos movimientos sociales y políticos absolutizan el encuadre territorial originario de las etnias y naciones, afirman dogmáticamente los rasgos biológicos y telúricos asociados a ese origen” (1995:92), es

a los valores que imaginamos que beréberes, judíos o franceses asignan a las cosas, atendiendo a las fórmulas que ellos usan para definir lo que sucede. Lo que no significa que tales descripciones sean ellas mismas beréberes, judías o francesas, es decir, parte de la realidad que están describiendo; son antropológicas pues son parte de un sistema en desarrollo de análisis científico”. Y agrega que es necesario no perder de vista “que el objeto de estudio es una cosa y que el estudio de ese objeto es otra” (Geertz, 1987:28).

6 La situación relatada, efectivamente, pertenece a una etapa exploratoria de una investigación sobre la construcción de identidades entre los inmigrantes bolivianos.

7 Si bien no había bolivianizado mi práctica, como a veces sucede hasta el punto de producir crisis de identidad (ver Kondo, 1986), sí había bolivianizado —en un sentido folklórico— mi propia mirada y mis propias ideas sobre los “bolivianos”.

necesario preguntarse acerca del *sentido práctico* de esa utilización de la identidad en el marco de la sociedad y la cultura contemporánea. Eso lleva a otra discusión, acerca de cómo se constituyen las identidades en la actualidad y cuál es el rol de los medios, pero también de la economía y la política.

#### IV. CUARTA ENTRADA: MEDIOS, IDENTIDADES CULTURALES, IDENTIDADES POLITICAS

El caso de doña Alcira muestra también en qué sentido puede decirse que las identidades se construyen en relación a los medios de comunicación. En efecto, el intento de utilizar el noticiero para hacer un reclamo social y las protestas y negociaciones —frustradas— que esto conlleva, puede vincularse a diversas situaciones en que una “comisión de madres en defensa de la escuela pública” o cualquier grupo social en conflicto busca establecer con los medios de comunicación una relación *de medio a fin*, es decir instrumental. Es a partir de esa situación que se plantean —asimétricamente— las “negociaciones” en la construcción del texto y los conflictos de sentido en la decodificación.

Estos posicionamientos de los agentes entran en colisión con una serie de diagnósticos simplistas acerca de las identidades contemporáneas. La conclusión de que al haber mediatización y globalización las identidades se mediatizan y globalizan no puede sino ser entendida como una reintroducción del mecanicismo disfrazada de aggiornamiento del análisis cultural. En efecto, hasta el momento la conceptualización de los televidentes de una cadena transnacional (¿hay televidentes de una sola cadena transnacional?) como grupo identitario o comunidad interpretativa o de consumo, no ha dejado de ser una definición de carácter puramente analítico (propia de una interpretación de la lógica lógica). Si estos televidentes existieran, por el contrario, sería plausible que no constituyeran ninguna “comunidad” (ni real ni imaginada) en tanto sus posibilidades de intercambio horizontal se encontrarían vedadas. En otras palabras, las decenas de millones de hombres y mujeres que miran MTV —entre muchas otras cosas que hacen, que escuchan y que miran— no son exactamente los mismos 30 millones que tienen acceso a Internet —que tienen ciertas posibilidades de comunicación simétrica—.

En ese sentido, si todo concepto es una construcción del investigador algunos guardan mayor relación con las vivencias y experiencias de los sujetos y otros son meros inventos que pretenden una innovación conceptual para los ámbitos académicos. El concepto de *comunidad hermenéutica* o *comunidad de consumo*, cuando se refiere a los medios transnacionales, se ubica más cerca de la segunda variante que de la primera. No constituye el análisis e interpretación de una definición identitaria de los agentes —como, obviamente, es el caso del nacionalismo, las luchas de género o de clase— sino la *identificación del investigador* de una práctica común de ciertos actores. Si rechazamos un rancio empirismo que constriña al investigador a usar las categorías de los actores, destruyendo la lógica lógica en



su reducción a la lógica práctica, por otra parte los criterios de construcción de los conceptos no deberían ser puramente arbitrarios.

En la cultura contemporánea los procesos de desterritorialización de las identidades se encuentran imbricados a unos modos de (re)territorialización; las dinámicas de desnacionalización se cruzan con nuevas tendencias nacionalistas; y así se podría seguir indefinidamente. Por ejemplo, la globalización económica y social impulsa procesos migratorios gigantescos que implican el desplazamiento de contingentes humanos de un territorio nacional a otro. En las nuevas relaciones de alteridad, de poder y de identidad que se plantean en las megalópolis se producen, en diversos casos, dinámicas de identificación con la nación, entendida sobre todo culturalmente. Es decir, que uno de los procesos característicos de la globalización implica tendencias de diferenciación.

El crecimiento en múltiples países de los programas radiales de grupos identificados nacional, regional, étnica o religiosamente indica que gran parte de la audiencia de la CNN puede también ser parte, por ejemplo, de un programa radial de "peruanos en la Argentina", de "aymaras bolivianos", de un barrio "periférico" o de la "colectividad judía". En ese sentido, es interesante la propuesta de Canclini de combinar una definición socioespacial de la identidad con una socio-comunicacional. Sin embargo, parece apresurado concluir que "se desvanecen las identidades concebidas como expresión de un ser colectivo, una idiosincracia y una comunidad imaginada, de una vez y para siempre a partir de la tierra y la sangre" (1995: 31).

Ahora bien, entender estos procesos como simple *diversificación* (de las identidades o de la oferta mediática) puede también llevar a ocluir las dinámicas de *dispersión*, de fragmentación de identidades vinculadas a sectores subalternos que pueden terminar obstaculizando la constitución de identidades de clase en un marco pluricultural. En efecto, actualmente hay una tendencia tanto en el campo académico como artístico a celebrar las "luchas por la diferencia" —muy importantes sin duda alguna— que pierde de vista los elementos sociales y culturales comunes a los sectores subalternos. En ese sentido, se busca contraponer la diferencia a la desigualdad, produciendo así un debilitamiento de ambas contiendas. Para plantear un caso paradigmático de la cultura contemporánea, analizado por Kellner (1995), las políticas de identidad de los filmes de Spike Lee —más allá de su calidad estética— son en gran parte culturalistas, y no articulan la opresión racial con la opresión de clase en la sociedad norteamericana.

En el campo de los estudios de comunicación, las investigaciones sobre la construcción de identidades atraviesan riesgos específicos. La reducción de la comunicación a los procesos mediáticos y la exageración de la relevancia de éstos en las dinámicas culturales, tiende a conjugarse con un análisis que se restringe a interpretar la producción de identidades televisivas o las identificaciones de los "receptores" con programas o géneros. En ese sentido, Schlesinger señala que "entre la dependencia de un modelo de los efectos de los medios, pasado de

moda y desacreditado; y el subjetivismo de moda, el estudio contemporáneo de los medios no tiene mucha luz con qué iluminar el asunto de la constitución de la identidad colectiva en general y de la identidad nacional en particular". Por eso, propone invertir los términos del argumento: "comencemos con el problema de cómo es constituida la identidad nacional y coloquemos la comunicación y la cultura dentro de esa problemática" (1989:92).

## V. PRIMERA SALIDA: OBVIIDADES CLAVES OCLUIDAS EN LA INVESTIGACION

El caso de doña Alcira muestra diversas cuestiones que se vinculan a las polémicas teóricas que atraviesan al campo de la comunicación y la cultura. Los puntos claves que surgen de este caso se vinculan con:

- la asimetría entre la codificación y la decodificación;
- la importancia del "contexto" para definir estrategias identitarias de los actores y la importancia que tiene la *negociación* en la construcción de identidades;
- el carácter constitutivo del poder en las relaciones de alteridad y el lugar de los medios masivos.

Las implicancias del primer punto (que aparentemente formaría parte del "conocimiento básico de la época") suelen ser olvidadas o banalizadas. Olvidadas en aquellos análisis que siempre posponen el estudio de las prácticas concretas de los agentes concretos, argumentando —de manera celebratoria o fatalista— que *el medio es el mensaje*. Banalizadas en los análisis que pretenden estudiar esas prácticas haciendo caso omiso de su imbricación con un conjunto de prácticas (por eso reducen a los sujetos a la categoría comunicacional de "receptores"), de la influencia real que tienen los medios en la constitución de imaginarios sociales y de la desigualdad estructural que se establece en las relaciones que gustan llamarse de "emisor/receptor".

El segundo punto entra en colisión con las concepciones esencialistas y ahistóricas de la identidad, ya que muestra que los mismos sujetos se posicionan de diferentes modos frente a situaciones de alteridad distintas. Doña Alcira, que disfruta de la fiestas patronales y concurre a los programas radiales identificados con la colectividad boliviana, intenta *aprovechar* la presencia de la televisión para *conseguir* réditos para mejorar el centro de salud del barrio y, por lo tanto, busca una identificación social más que cultural. Ahora bien, esa *negociación* no se establece en relaciones de igualdad entre las cámaras del noticiero y Alcira, sino que, es evidente, finalmente se impone la política de identidad que busca instituir el noticiero. Y esto nos lleva al tercer punto de la cuestión.

En efecto, las celebraciones del recepcionismo y la constatación de la hetero-

geneidad y la complejidad cultural pueden perder de vista las dinámicas de homogeneización y fragmentación socioculturales. A pesar de los festejos de Vattimo por "esta multiplicación vertiginosa de la comunicación, este 'tomar la palabra' por parte de un creciente número de subculturas [que] constituye el efecto más evidente de los *mass media*" (1990: 79-80), la afirmación de que la aparición de doña Alcira durante menos de 5 minutos en la televisión sería un signo de diversidad cultural, como intentamos mostrar, no resiste ningún análisis. Es claro que no son los "bolivianos" ni los "pobres" los que hablan a través del medio. En el fragmento televisivo, es la palabra de la cultura masiva la que se imprime sobre sus voces. Las culturas actualmente identificadas con la bolivianeidad, que quizá son algunas de las que más han resistido las políticas de homogeneización cultural que comenzaron en la época de la colonia, no pueden tomar la palabra en igualdad de condiciones con la cultura hegemónica. Otra vez, la diversidad sufre el límite de la desigualdad. Es en este marco, que podemos llamar "estructural" en relación a la distribución de poder en un momento histórico, en el que necesitamos reubicar, para comprender mejor, la utilización de medios y tecnologías en relación a la construcción de las identidades.

## BIBLIOGRAFIA

- BOURDIEU, Pierre: *El sentido práctico*; Madrid, Taurus, 1991.
- BOURDIEU, Pierre: "The Purpose of Reflexive Sociology (The Chicago Workshop)" y "The Practice of Reflexive Sociology (The Paris Workshop)"; en BOURDIEU, Pierre and WACQUANT, Loïc: *An Invitation to Reflexive Sociology*; University of Chicago Press, Chicago, 1992.
- FORD, Aníbal: "Los medios las coartadas del New Order y la casuística"; en *Navegaciones*, Buenos Aires, Amorrortu 1994.
- FORD, Aníbal y LONGO, Fernanda: "La exasperación del caso: crecimiento de la narración y crisis del discurso informativo argumentativo"; en VERON, Eliseo y ESCUDERO, Lucrecia: *La ficción televisiva*; Buenos Aires, Gedisa, 1995, en curso de publicación.
- GARCIA CANCLINI, Néstor: *Ciudadanos y consumidores*; México, Grijalbo, 1995.
- GEERTZ, Clifford: *La interpretación de las culturas*; Buenos Aires, Gedisa, 1987.
- HALL, Stuart: "Encoding/decoding"; en HALL Y OTROS (ed.): *Culture, media and language*; London, Hutchinson, 1980.
- KELLNER, Douglas: *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*; London, Routledge, 1995.
- KONDO, Dorinne: "Disolution and Reconstitution of Self: Implications for Anthropological Epistemology"; en *Cultural Anthropology*; 1986, 1:74-87.
- MORLEY, David: *Television, Audiences & Cultural Studies*; London, Routledge, 1992.
- SCHLESINGER, Philip: "Identidad nacional: una crítica de lo que se entiende y malentendiendo sobre este concepto"; en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 2 (6), 1989, pp. 39-98.
- VATTIMO, Gianni: *La sociedad transparente*; Barcelona, Paidós, 1990.

# La espiral del disimulo

## Las cadenas que aprisionan la libertad de información en Europa

FERNANDO QUIROS FERNANDEZ \*

### 1. LA LIBERTAD CAUTIVA

En 1988, con ocasión del *II Seminario sobre la Información en la Comunidad Europea*, organizado por el Departamento de Periodismo III de la Universidad Complutense de Madrid, presentamos una ponencia en la que describíamos críticamente el proceso de concentración de la propiedad de los medios que estábamos atravesando en Europa. Inesperadamente, porque no era su turno ni estaba prevista su intervención, los representantes de la Comisión Europea y del Parlamento en España se descolgaron con una serie de puntualizaciones que pueden resumirse en una frase: "hay que ser más liberal". Siete años después seguimos sin ser liberales y la evolución de los acontecimientos demuestra que teníamos razón. Siete años después hemos pasado de ser "euroescépticos" a afirmar que el papel de la Unión Europea no va más allá del de articular una zona de libre cambio en el que la igualdad de oportunidades es, como en la doctrina liberal, una falacia. Y cuando de medios de comunicación se trata se puede afirmar sin ambages que la libertad de información está cautiva en las mazmorras de las grandes empresas multimedia. Describir críticamente este proceso de reducción de la pluralidad en Europa es el propósito de este trabajo.

Noelle-Neumann, refiriéndose sobre todo a los monopolios públicos de televisión, comunes a casi todos los países en 1974, hablaba de *la espiral de silencio*.<sup>1</sup> Nosotros preferimos hablar de *espiral del disimulo*. Vivimos en unas sociedades formalmente democráticas, en las que sin embargo las corrientes principales de mensajes están en manos de unos pocos magnates, aliados con las élites nacionales y las continentales, de clara filiación conservadora. El discurso transmitido por los medios es, hacia los poderes públicos: las bondades de la democracia liberal; hacia los poderes económicos la alabanza al libre mercado puro y duro; hacia ellos mismos: la grandeza de la libertad de información de la que se sirven y no al contrario. En el girar de esa espiral la libertad de infor-

\* Universidad Complutense de Madrid. Madrid, agosto de 1995.

<sup>1</sup> Noelle-Neumann, E.: *The Spiral of Silence, a theory of public opinion*; Journal of Communications, 1974; pp 43-51.

mación, aquella en que se transmiten valores en el marco de la diversidad de los sistemas de valores, aquella en la que lo importante es el papel de receptor y el emisor no es autoritario, está cautiva. La realidad mediática no coincide con la REALIDAD. Se abre paso el disimulo y la apariencia de comunicación. Pero todo es mentira.

Para estudiar cómo la libertad de información está cautiva en la *espiral del disimulo*, analizaremos la estructura de la propiedad en Europa teniendo presente:

1) El contexto internacional de la "globalización", en el que vemos que la concentración de los medios de comunicación a gran escala se ha dado en Europa Occidental más tardíamente que en los Estados Unidos, afectando —desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta mediada la década de los setenta— a la prensa y la radio. La televisión, con las únicas excepciones de Gran Bretaña y Luxemburgo se mantuvo bajo la forma de "servicio público" explotado por los Estados en régimen de monopolio.

2) Las dificultades derivadas de la reconversión tecnológica y la gran crisis de los años setenta, para comprobar cómo ambas golpearon especialmente al sector de los medios impresos, favoreciendo la aparición de grandes cadenas al mismo tiempo que se reducían el número total de cabeceras en todos los países. A mediados de los años setenta la prensa europea está en manos de un reducido número de propietarios que serán uno de los sectores mejor colocados para hacerse con las primeras emisoras de televisión privada en todo el continente.

3) El papel de los bancos y los conglomerados industriales, mediante lo que puede comprobarse que, mientras la televisión se mantuvo al margen, éstos han tenido una presencia menor y menos activa que en el caso de los Estados Unidos, aunque ya tenían sus tentáculos en los medios impresos. *FIAT*, *Olivetti*, *MATRA*, por una parte, y el *Credit Lyonnais* o el *Deutsche Bank*, han jugado un papel definitivo en la expansión de grandes cadenas como *Rizzoli*, *Corriere della Sera*, *Hersant* y *Springer*, por citar solamente cuatro ejemplos.

4) La liberalización salvaje del audiovisual como elemento que determina definitivamente la configuración del mapa mediático europeo desde mediada la década de los setenta. De grandes cadenas editoras, la mayoría con intereses en radio, se pasa a grandes cadenas multimedia en las que participan, ahora a gran escala, los conglomerados industriales y los bancos que, a la postre jugarán un papel definitivo desde principios de los noventa.

5) Un mapa político muy favorable a los grandes procesos de concentración, que se va delineando de la mano de los dos grandes políticos conser-

vadores de los últimos años, Margaret Thatcher y Helmut Köhl, pero que tiene una perfecta sintonía con la política de los partidos socialistas de Europa Occidental.

## 2. LA CONCENTRACION DEL SECTOR DE LA EDICION

En los últimos veinte años han desaparecido gran cantidad de periódicos. En 1975, el Consejo de Europa hizo público el Informe del Comité de Expertos encargado de estudiar la concentración empresarial en el sector de la información. Según este informe:

- Entre 1955 y 1973 el número de unidades de redacción independientes había disminuido en 35%.
- El porcentaje medio de la tirada total de los periódicos controlados por los cuatro propietarios de prensa más poderosos se elevó del 35% al 45%.
- El número de localidades que disponían de, por lo menos, una unidad independiente descendió en un 25%.

A tenor de los resultados del informe, el Consejo de Europa aprobaba un año más tarde su resolución 747, en la que expresaba: "su preocupación por el peligro virtual que corre la diversidad de la prensa debido a que el mercado de información viene siendo repartido entre un número cada vez más reducido de periódicos o cadenas de periódicos". Y no estaba equivocado el Consejo:<sup>2</sup>

- Entre 1965 y 1968, cerca de un tercio de las compañías que cotizaban en la Bolsa de Londres desaparecieron mediante fusiones y adquisiciones. Desde 1949 a 1980 habían desaparecido 18 diarios y revistas, pasando la prensa británica a ser controlada por cuatro grupos. Solamente el 20% de las publicaciones podían considerarse independientes de los grandes consorcios.
- La prensa francesa atravesó una crisis especialmente dura en los años setenta en la que *Hachette* consolidó su posición de líder en las revistas y *Hersant* experimentó una expansión verdaderamente meteórica. La prensa regional independiente fue desapareciendo, de forma que, en 1980, tan sólo media docena de ciudades contaban con más de un diario.

<sup>2</sup> En este epígrafe estamos utilizando fragmentos de algunas investigaciones anteriores. Lo advertimos porque el lector puede encontrar párrafos enteros que con mayor o menor fidelidad han sido calcados por otro autor, sin citarlos, al menos en dos obras: *Europa y la Información (Prensa)*. Monografías profesionales de la Fundación Universidad-Empresa N° 171, Madrid, 1989 pp 24-27 y en *La Información en Europa*. Síntesis, Madrid, 1992. Los datos son nuestros y están publicados, citando las fuentes primarias, en QUIRÓS, Fernando: *Estructura de informação na Comunidade Económica Europeia*, Revista Brasileira de Comunicação, n° 60, São Paulo 1988, pp 7-23.

- En Holanda, la disminución del número de diarios independientes, de 1969 a 1989 fue brutal. En ese mismo año toda la prensa holandesa estaba en manos de tan sólo dos cadenas que, además, trataron de fusionarse, con lo que *VNU* se hubiera convertido en una empresa monopólica.
- En Alemania, en 1976, sólo existían 121 redacciones autónomas de un total de 1.200. En 1977 la información controlada por las cinco cadenas más importantes (conectadas entre ellas, de modo que los dos grandes grupos, *Bertelsmann* y *Springer*, eran aún más grandes de lo que parecían) era el 45% del total, siendo su cuota de mercado del 70%.
- En Italia, durante la segunda mitad de los años setenta, el número de grupos que se repartían la prensa nacional era de tan sólo tres: *Rizzoli*, *Mondadori* y *Caracciollo*.
- En Bélgica la prensa valona estaba hegemonizada por *Rosael*, grupo que terminó en manos de *Hersant*, la prensa flamenca se ha concentrado en torno a *VTM*.
- En Dinamarca *Berlingske Tidende* se apoderó de la cuarta parte de la tirada nacional de diarios.
- En España, la liquidación de la prensa y la radio ligada a las estructuras franquistas (que no se lleva a cabo hasta los años ochenta) favoreció a quienes ya eran fuertes y reforzó luego (vía concentración) a dos grandes empresas que hoy se reparten los medios *PRISA* y *Zeta*.
- En Portugal, la liberalización del sistema nacional ha entregado la mayoría de los medios al grupo *Lusmondo*.

En definitiva en cada país un reducido número de empresarios aprovechó la crisis de los setenta y las dificultades derivadas de la modernización tecnológica para aumentar sus ya notables cuotas de poder. La posición de privilegio que van alcanzando los grupos editores les permitirá después ir ocupando y concentrando nuevos espacios. La liberalización del sector audiovisual llevará a los grandes grupos editores a una nueva etapa de concentración.

En 1991 se hizo público el primer gran informe del Instituto Europeo de los Medios, en el que entre otras cosas se señala que los últimos años, paralelamente a los procesos de privatización de los mercados de radio y televisión en Europa, se había producido un rápido proceso de concentración. Dos años más tarde un nuevo informe de la misma institución mostraba que la tendencia a la concentración iba en aumento. Es decir que, en los diecisiete años que median entre el último Informe del Consejo de Europa y el Informe del Instituto Europeo de los Medios, la concentración no sólo ha crecido, sino que tiende a aumentar todavía más.

### 3. LA PRIVATIZACION DE LA TELEVISION

Hasta mediados de los setenta existía un consenso generalizado en la Europa comunitaria sobre el modelo de televisión. Con las únicas excepciones de Luxemburgo, donde la *CLT(RTL)*, se fundó como una empresa privada con ánimo de lucro y la *IBA(ITV)* en Gran Bretaña, la fórmula elegida fue la de servicio público gestionado por el Estado en régimen de monopolio. De aquí se pasó a la privatización salvaje en la que el modelo público está siendo presentado como una lacra histórica que debe desaparecer. En los textos de la Unión Europea, se equipara la situación de monopolio privado con monopolio público y se remarca la necesidad de liberalizar (léase privatizar) todo el sistema. El argumento de los "liberales" no puede ser más peregrino: la concentración en el sector privado es lógica y positiva puesto que se debe al ejercicio de la libertad de comercio y, como al mismo tiempo se están desmontando los monopolios públicos, el peligro de control del poder sobre los medios se aminora y tiende a desaparecer.

La idea de gestionar en régimen de monopolio las televisiones públicas se inspiró, sobre todo, en el deseo de evitar que se establecieran monopolios privados al estilo de las tres grandes redes nacionales de los Estados Unidos. Sin embargo el progreso tecnológico, la introducción de objetivos económicos y la desregulación auspiciada por la Comunidad Europea, abrieron de par en par las puertas para la entrada de grandes empresas privadas que han repetido a escala continental el modelo de los Estados Unidos, y presentan a las televisiones públicas como el gran Satán de los medios de comunicación. En este proceso, la varita mágica ha sido la nueva tecnología de la comunicación.

El cable de fibra óptica y el satélite de difusión directa modificaron todo el sector. Los gobernantes europeos (como se verá más adelante) en vez de aprovechar de forma racional el progreso de la tecnología decidieron que "no podían poner puertas al campo", y permitieron que sus sistemas públicos fuesen desmontados "de facto" por poderosas empresas que utilizando cable, satélite o ambos, violaron las legislaciones nacionales. El caso de Bélgica es bastante aleccionador, como lo es el papel de "gran corsario de las ondas" que ha jugado la *Compañía Luxemburguesa de Televisión (CLT)*. Y no es esto solamente. Desde territorio de la Comunidad Europea se toleró, cuando no se alentó, el uso de las nuevas tecnologías para "atacar el bastión escandinavo contra la libertad de información", haciendo tambalearse los sistemas de televisión de Noruega, Suecia y Finlandia (públicos y no comerciales o con una regulación ejemplar de la iniciativa privada). Es decir que gobiernos y magnates de los medios privados vieron en las nuevas tecnologías la posibilidad de romper *de hecho* el monopolio público y forzar a los Estados a admitir el final de un modelo basado en la *comunicación social* y no en el negocio. ¡Toda una conquista!

#### 4. EDITORES, BANQUEROS E INDUSTRIALES

La liberalización del sector audiovisual permitió la entrada de nuevas fuerzas económicas que buscaban beneficios de su actividad empresarial y para los que la pluralidad, la información y la cultura son valores secundarios. Dos sectores que hasta ese momento no tenían en Europa la presencia en los medios de la que disfrutaban en los Estados Unidos, irrumpen en el mapa mediático del Viejo Continente: los conglomerados industriales y los bancos.

Algunos de ellos tenían ya participación en los grupos editores, otros no. Pero, se mire por donde se mire, la "liberalización" del audiovisual europeo ha facilitado la construcción de la nomenclatura europea de los medios. Editores, industriales y banqueros se adueñaron de la televisión privada en nombre de la libertad de comercio. Cualquier otra libertad es secundaria frente a la piedra filosofal del capitalismo.

Berlusconi (que construyó el monopolio privado en Italia y participa o ha participado en las televisiones privadas de Francia, España y Alemania) y Bouygues (beneficiario de la privatización de la *TF1* francesa) entraron en el sistema de medios de comunicación desde los negocios inmobiliarios. Seydoux (beneficiario de la creación de *La Cinq* francesa) llegó a la televisión desde el negocio del transporte. En fin, desde diversos sectores empresas como *FIAT*, *MATRA*, *CORA-REVLON*, *Lyonnaise des Eaux*, *Compagnie Général des Eaux*, *British Telecom*, *Thorn-EMI*, *HAVAS*... obtienen participación en el reparto de la tarta europea de la televisión.

Los socios ideales para las operaciones de los grandes consorcios industriales fueron los grupos editores. Prácticamente todas las grandes cadenas se fueron incorporando al negocio de la televisión. De hecho una de las presiones más fuertes para que la televisión Europea se liberalizase vino de la comunidad de intereses de los grandes grupos editores que ya en 1971 habían creado la *International Publisher Audiovisual Association* para presionar a los gobiernos europeos en este sentido.<sup>3</sup>

El dinero necesario para invertir en emisoras de televisión y para financiar la producción, compra y distribución de los contenidos fue aportado por los grandes bancos que, en la mayoría de los casos, ocuparon sillones en los consejos de administración. Lange y Renaud establecieron, para 1985, las relaciones de los bancos con las empresas de comunicación.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> QUIRÓS, Fernando: *Europa y la Información (Televisión)*; Monografías profesionales de la Fundación Universidad-Empresa, n° 173, Madrid, 1989, p. 67.

<sup>4</sup> LANGE, André y RENAUD, Jean-Luc: *The Future of the European Audiovisual Industry*; Instituto Europeo de los Medios; Manchester, 1989, pp. 176-181.

INVERSIONES BANCARIAS EN LAS PRINCIPALES CADENAS DE COMUNICACION EN 1985		
BANCO	CAPITAL en millones de ECU\$	EMPRESA
BNP Crédit Agricole Crédit Lyonnaise	136.900 136.600 130.600	Canal+, TDF Havas Bouygues, Hachette, Hersant, TF1
Société Générale Paribas Deutsche Bank Suez	108.500 8.100 67.600 44.300	Havas, Canal+, TF1 Havas, CLT, UGC RTL Plus M6, TF1, Pathé
Banque Worms Crédit Lyonnaise	7.600 6.800	Eurocom TF1, M6 Cannon, Hemdale
Nederland Société Générale	4.100	Coditel, Audifonia, Havas
Belgique Pierson	2.900	European Joint Fund Project CLT, Dupuis
GBL	1.600	

Fuente: EIM, 1989

Hasta la privatización de la televisión las inversiones directas de los bancos en el sector audiovisual se limitaban al cine, aunque como ya hemos mencionado, algunos grandes bancos financiaron la expansión meteórica de grandes cadenas de periódicos como *Hersant*, *Springer*, *Bertelsmann* o *Mondadori*, pero será la televisión privada la que atraiga a los banqueros. Evidentemente, en primer lugar, porque el nuevo negocio resultaba muy tentador, pero también, en segundo lugar, porque las fusiones o absorciones que, con toda seguridad, iban a desencadenarse, necesitarían de un apoyo financiero que sólo las grandes firmas bancarias podrían proporcionar. La inversión se realizará de forma directa, o indirecta, otorgando los créditos a los conglomerados industriales como *Thorn-EMI*, *Sofirad* o *Havas*.

- En Gran Bretaña, *National Westminster, Barclays, Midland, Lloyds, Royal Bank of Scotland*, facilitaron los créditos para la mayoría de las emisoras privadas de la ITV.
- En Italia, la construcción y el desarrollo del imperio de Silvio Berlusconi tiene mucho que ver con la ayuda del *Banco Ambrosiano*, pero también con las de *Banca Rasinin, Banca Popola di Novarra, Centrobanca, Banca Nazionale del Lavoro y Monte dei Paschi di Siena*.
- En Francia, encontramos también a los bancos asociados a los conglomerados industriales y las empresas periodísticas. La *Compagnie Financière de Suez* se hizo con la posesión directa del 1,6% de la *TF-1*, y del 8,1% en *M6* pero, en este caso, indirectamente controlaba mucho más, puesto que participaba en un 25% en *Lyonnaise des Eaux*, el principal accionista que, además, invirtió en *Pathe Cinema, Videospace y Mediacity*. *Crédit Lyonnais* ha sido tradicionalmente el banquero de *Hersant* y proporcionó los fondos necesarios para la entrada de éste en *La Cinq*, pero también obtuvo participación en *Canal Plus (HAVAS)* y *Hachette* y en *Telespace*, la empresa encargada del desarrollo del satélite francés *TDF-1*.
- En Alemania, el *Deutsche Bank* ha financiado tanto a *Springer* como *Bertelsmann* y por ello a *SAT-1* y *RTL-Plus*. El *Deutsche Genossenschaftsbank* ha financiado a Leo Kirch y participa en todas sus empresas.
- En España, los principales bancos se han sentado desde el principio en los consejos de administración de *Antena 3, Canal Plus y Tele 5*.

Además, por si estos datos no son suficientes para mostrar la creciente dependencia de las grandes cadenas con respecto a los bancos, la estrategia audiovisual paneuropea y norteamericana, del grupo *Bruxelles Lambert*, muestra cómo la industria de la comunicación europea, desde la privatización salvaje de la televisión toma el mismo camino de la norteamericana.

### La galaxia PARGESA

La actuación de *Bruxelles Lambert* ha ido mucho más allá de su país de origen y puede decirse que ha sido la clave de toda la privatización de la televisión europea. También se encuentra en Wall Street, como un banco especializado en las inversiones en el sector audiovisual. Mediante la compañía *PARGESA*, domiciliada en Suiza, ha ido desarrollando su estrategia audiovisual.

En Luxemburgo, la *CLT* contará desde el principio con el apoyo financiero de la *Compagnie Lambert* (luego *Bruxelles Lambert*). Mediante la *Société Générale de Banque* y sus dos empresas subsidiarias (*TRACTOBEL-CODITEL*) contribuyó al cableado de Bélgica, rentabilizando sus inversiones anteriores en Luxemburgo.

La elección de la *CLT (RTL)* fue una elección estratégica, como lo fue la actuación de sus subsidiarias en el cable. Efectivamente la compañía luxemburguesa se encuentra ubicada en una zona geográfica privilegiada para emitir para Bél-

gica, Francia y Alemania, y fueron los grandes consorcios periodísticos de Alemania y Francia los que participaron casi desde un principio en su accionariado, pero el principal accionista era el banco belga. Después *PARGESA*, obtuvo participaciones en la *TVi* belga, *RTL Plus*, alemana y *M6*, francesa. Cuatro países en los que un solo grupo bancario se hace presente en la televisión privada. Pero las actividades de *PARGESA* no terminan aquí.

En Gran Bretaña se asoció con *Henry Ansbacher* un banco especializado en fusiones de empresas periodísticas; en Francia con *PARAFINANCE (PARIBAS)* y adquiriendo el 15% de *Audifonia*, con lo que entró en el accionariado de *Hayas, Pathé y FMI*; en Luxemburgo, mediante la *Société Internationale de Banque* se transforma en accionista de los satélites europeos *ASTRA* y, finalmente, fue el enlace para *News Corporation (Murdoch)* al establecer en 1985 el *joint venture, Media International*.

### 5. ALIANZAS ENTRE CADENAS: LA NOMENCLATURA EUROPEA

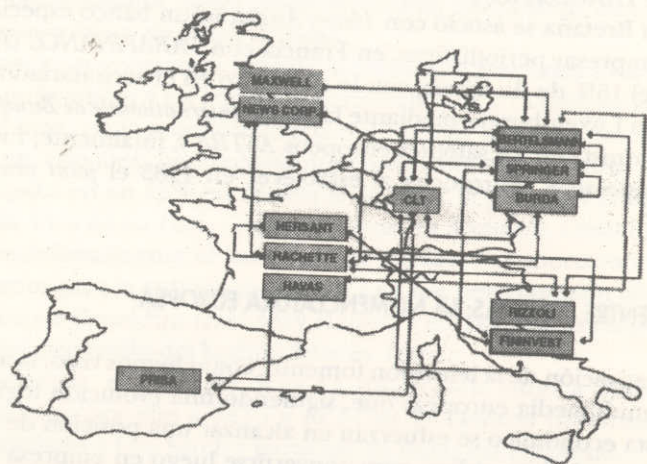
La privatización de la televisión fomentó, como hemos visto, la aparición de las grandes multimedia europeas que, siguiendo una evolución lógica desde el punto de vista económico se esfuerzan en alcanzar una posición de líder nacional en un sector de los medios, para convertirse luego en empresa multimedia nacional y, a continuación, internacionalizarse. En ese proceso los emisores de la comunicación europea quedan todavía más reducidos. La liberalización de las telecomunicaciones producirá, sin duda alguna, un nuevo proceso de reducción de la pluralidad. La estrategia es alcanzar el tamaño suficiente tanto para explotar nuevas parcelas como para sobrevivir en un mercado internacional en el que las fusiones, las absorciones y las OPAS (oferta de compra de acciones) hostiles se producen continuamente.

Tres grandes líneas delimitan todo el proceso. En primer término el mercado mundial está controlado por las grandes transnacionales norteamericanas. En segundo término la construcción de un espacio económico común a toda Europa (la Unión Europea) que, con las sucesivas ampliaciones extiende el campo de acción de los grupos más poderosos de los países que ya eran miembros, pero, al tiempo, abre nuevos espacios a las empresas líderes de países como Finlandia, Suecia y Austria. En tercer lugar, la apertura económica de los países del Este, que proporciona a las grandes cadenas un nuevo espacio en el que invertir con muchas menos trabas que las que han tenido que ir sorteando en sus países de origen y en el espacio de la Unión.

Conseguir un grupo de grandes dimensiones tiene un doble efecto de reclamo: hacia las cadenas de los Estados Unidos que buscan socios para su desembarco masivo en Europa y hacia los propios inversores europeos. Y el tamaño se logra mediante el crecimiento propio o las alianzas, de modo que podemos decir

que las cadenas han ido fundiendo sus eslabones hasta construir una nomenclatura europea de la comunicación. En el mapa mostramos las alianzas entre las principales cadenas en 1990.

### ALIANZAS ENTRE GRANDES CADENAS DE COMUNICACION EUROPEAS EN 1990



El mapa muestra simplemente los acuerdos entre las grandes cadenas para explotar conjuntamente un negocio de comunicación fuera de su país de origen. Los *joint ventures* han sido bastante comunes en el proceso de internacionalización. Ese es el primer paso, el más simple de ver, de todo el proceso de concentración. Sin embargo, la verdadera reducción de la pluralidad se da de otro modo: mediante la fusión o la absorción de las empresas más pequeñas por las más grandes o por el intercambio de acciones entre las cadenas que sirven para ocultar todavía más la propiedad a cualquier poder público que trate de aplicar una disposición antimonopolio. Los acuerdos ocultos permiten a los empresarios presentar un cuadro muy diferente al que existe en realidad. Ningún grupo editor reconoce poseer una posición hegemónica. Ninguna empresa de televisión dice haber sobrepasado los límites de participación accionarial que imponen las leyes de cada país. Y sin embargo la realidad es la contraria.

Los últimos años han sido testigos de una dramática simplificación de la estructura de la propiedad que deja muy pequeños los datos que hemos proporcionado hasta ahora. En la mayoría de los países europeos una o dos cadenas, hegemónicas el sector de la edición y a menudo tienen acuerdos, nunca reconocidos pero evidenciados por sus prácticas, o están participados los unos por los otros. Una práctica similar se da entre estas cadenas y otras de menor calado. Por esta

razón, algunos informes oficiales y estudios de centros de investigación resultan engañosos. Con frecuencia podemos encontrar la conclusión de que la concentración de la propiedad, aunque importante, no ha alcanzado aún niveles para que la legislación nacional o la de la Unión Europea se aplique. Así, por ejemplo, la posición hegemónica de *News Corporation* queda minimizada en Gran Bretaña si se reduce a las cuatro cabeceras de la cadena, *The Times*, *The Sun*, *The Sunday Times* y *News of the World*. En realidad son cuatro cabeceras en dos sectores distintos (diaria y dominical) y también son de distinto tipo (de calidad o popular). Sin embargo este grupo controla *Pearson*, *Reuters* y *Bsky*, además de haberse hecho con una licencia para explotar un quinto canal de televisión hertziana en Gran Bretaña. De la misma forma, el control de la prensa alemana se entiende mucho mejor si se conoce que uno de los principales empresarios de televisión, *Kirch*, es el mayor accionista de *Springer*. Al unir esos datos a las alianzas entre estas dos cadenas, *Bertelsmann* y *Burda* se encuentra uno de los grados de concentración más altos de Europa. En España, *Comecosa* es el grupo editor más importante por número de cabeceras, pero *PRISA* no sólo es dueña del diario nacional más importante, sino que su posición de dominio es abrumadora en la radio y controla en solitario la televisión de pago y es muy fuerte en la edición de libros y controla el diario económico *Cinco Días*. En fin, en casi todos los países europeos podemos encontrar situaciones muy semejantes: *Fininvest*, *Lusmondo*, *Hersant*, *Hachette*, *Lambrakis*, *Zeta*, *Rizzoli*...

Los datos de circulación, los de facturación y el volumen de negocio deben ser contemplados cualitativamente, desvelando las participaciones y las alianzas de cada grupo y su presencia en otros sectores, como los libros, la televisión hertziana, la televisión por satélite, por cable, las agencias de publicidad, las productoras, etcétera... De la misma forma, deben ser considerados el carácter de empresa transnacional o las alianzas transnacionales. Si se hace así se comprueba cómo en Europa Occidental la información, la cultura y el entretenimiento están en manos de muy pocas empresas y que la tendencia es que la concentración aumente.

### 6. MAPA POLITICO Y MAPA MEDIATICO DE EUROPA

La concentración a gran escala de las cadenas de comunicación europeas, que es, al mismo tiempo, el aprisionamiento de la información y la cultura por un puñado de empresas, no hubiera sido posible sin la activa cooperación de los partidos políticos que han regido Europa en los últimos veinte años. El contexto internacional nos lo da la "revolución conservadora" y su política de desregulación iniciada en los Estados Unidos con el primer período presidencial de Ronald Reagan que, en Europa, ha contado con un par de gobernantes afines, Thatcher y Köhl, y con un aliado "inesperado" en los distintos partidos socialistas europeos que se apuntaron felices a las recetas neoliberales. Este grupo de gobernantes des-

encadenó una desregulación de las comunicaciones que, comparativamente, ha ido más lejos que la norteamericana, en tanto que las medidas de protección de los sectores públicos han sido demolidas en nombre del "principio superior" de la libertad de comercio. En definitiva, sin la alianza de los partidos políticos con las élites económicas europeas, hubiera sido imposible la reducción brutal de la pluralidad.

En ese punto se nos plantea la siguiente cuestión: ¿existió una conspiración por la que los empresarios de los medios de comunicación han pretendido construir un *poder mediático*? Desde luego, como dice Giordano, las teorías conspirativas están fuera de lugar porque la concentración y transnacionalización de las empresas de medios de comunicación se encuadra dentro de la evolución lógica del sistema capitalista internacional, desigual y antidemocrático por definición, pero eso no quiere decir que algunas conspiraciones no existan y hay algunos datos que podrían muy bien avalar esas tesis. Hay que decir, igualmente, que desde posiciones ultraconservadoras se acostumbra atacar cualquier análisis crítico tildándolo de "conspirativo". En este caso no se alude a la evolución del capitalismo y al papel de los medios de comunicación en la acumulación de capital. Se trataría, según ellos, de todo lo contrario: la concentración de medios es inevitable en un mercado global marcado por la revolución tecnológica. En ese proceso el papel del Estado debe ser mínimo, facilitando las operaciones de la empresa privada, verdadera "garantía" de libertad.<sup>5</sup>

De todos modos, hay datos empíricos que incontestablemente muestran la conexión entre las élites económicas y las empresas de medios de comunicación y la de ambas con los partidos políticos que han gobernado Europa. El mapa político de la comunicación europea, donde las instituciones comunitarias han jugado el mismo papel que los gobiernos nacionales, muestra cómo la información y la cultura han sido entregadas a un puñado de magnates, de evidente filiación conservadora:

- *Murdoch + Partido Conservador*; Rupert Murdoch afirma que el mundo de los ochenta era perfecto: Reagan en Estados Unidos, Thatcher en Gran Bretaña y Kohl en Alemania. Su expansión ha sido favorecida por los sucesivos gobiernos conservadores que jamás pusieron trabas a sus operaciones monopólicas. *The Times* y *The Sun* han sido plataformas de propaganda electoral a las que el Partido Conservador debe buena parte de sus éxitos.
- *Berlusconi + DC/PS* hasta asumir su alianza con la thatcheriana *Liga Norte* y los neofascistas. Sin el acuerdo de los gobernantes como Andreotti o Craxi;

*Fininvest* no hubiera podido quedarse con la casi totalidad del mapa mediático italiano. Cuando éste decide zandarrear la democracia

<sup>5</sup> GIORDANO, Eduardo: *Un nuevo mapa político de la comunicación en Europa*; Voces y Culturas, n° 7, 1995, pp. 41-59.

italiana desde *Forza Italia*, todos los medios de la cadena se transforman en una aplastante maquinaria de propaganda que logra colocar a su amo como primer ministro.

- *Hersant + UDF/RPR*; Robert Hersant afirmaba que las leyes francesas no iban con él. Y así fue. La derecha impidió que se tomase ninguna medida local contra una cadena que literalmente se había comido más de la mitad de la prensa regional. Los socialistas patearon lo suyo, pero fue el propio Mitterrand el que facilitó la entrada de Hersant en *La Cinq*.
- *Springer + CDU/CSU*; el corrupto Richard Nixon calificó a Axel Springer como "un luminoso ejemplo para el mundo libre". Adenauer, Herhart y luego Kohl contribuyeron decididamente a la expansión de la cadena que se hizo con más de la mitad de la prensa alemana y se benefició de la primera concesión de televisión privada, *SAT-1*.
- *Kirch + CDU/CSU*; Con los mismos apoyos que Springer, cuya empresa controla ahora, es el valedor número uno de Helmut Kohl. En las elecciones de 1995, el apoyo de sus periódicos y sus empresas de televisión a las candidaturas conservadoras fue todavía más escandaloso que el practicado por Axel Springer.

Este cuadro de alianzas nos proporciona una buena pista para saber por qué los diferentes Estados no establecieron en su momento un marco legislativo que pusiera freno a la concentración, o por qué las leyes que ya existían o que se aprobaron desde 1975, no han servido absolutamente para nada.

Por lo pronto ya es muy notable que no sea hasta la década de los ochenta que los gobiernos europeos se decidan a legislar en un sector de los medios de comunicación. Lo hacen cuando las concentraciones producidas por su propia desregulación salvaje del audiovisual está produciendo a diario reducciones de la pluralidad. Hasta ese momento habían permitido la aparición de las grandes cadenas editoras. Es decir mientras se mantuvo el consenso sobre el servicio público en la televisión, los Estados no legislaron en el sector de los medios que estaba en manos de la iniciativa privada porque consideraban que "la mejor política de comunicación es la que no existe". Con ese argumento dejaron a las Constituciones y a las disposiciones generales antimonopolio como herramientas legislativas. Después trataron de poner freno, muy tímidamente, a las concentraciones multimedia, y miraron hacia otro lado cuando los magnates de la prensa europea se burlaron descaradamente de las leyes. El resultado ha sido demoledor: cada vez hay menos libertad de información real en Europa.



## La política de comunicación de la Unión Europea

Con este cuadro en las diferentes naciones de la Unión Europea se entiende fácilmente la política de mirar hacia otro lado en el asunto de las concentraciones de la propiedad y de negarse después a aprobar una directiva en este sentido. Eso sí, los funcionarios de la Unión siguen editando un montón de documentos en los que apuestan por todo lo contrario de lo que facilitan al dejar deliberadamente fuera el asunto de la concentración de la propiedad.

Entre 1983 y 1989 la Unión Europea (antes CEE, CE) no adoptó una sola medida explícita sobre la concentración de los medios de comunicación. Y cuando tímidamente lo hace en la Directiva sobre Televisión Sin Fronteras, la referencia al asunto que nos ocupa queda arrinconada en los considerandos y en tono condicional: "podrán producirse posiciones de dominio".

A pesar de que el Parlamento Europeo invitó a la Comisión para que adoptase una línea de acción orgánica que abriese la posibilidad de construir un sistema de televisión europeo, plurilingüe y que garantizase el pluralismo cultural, impidiendo la creación de monopolios en el sector de la información, ni la Comisión ni el Consejo han prestado atención a las reflexiones de los eurodiputados.

En las instancias ejecutivas de la Comunidad, singularmente en la Comisión Europea, no ha interesado nunca la constante mezcla de las motivaciones económicas y las motivaciones culturales. Para el Parlamento las perspectivas que ofrecía la "televisión sin fronteras" podrían quedar reducidas a sus aspectos mercantiles —sin fomentar por ello los intercambios entre naciones y sin preservar la riqueza cultural de cada Estado— mientras que para la Comisión todo era un problema de libre comercio y libre circulación. A pesar de que el Dictamen Barzanti decía:

(...) es necesario que la Comunidad emprenda, con severidad y competencia la lucha contra estas tendencias patológicas hacia la concentración multinacional que amenaza con destruir la competitividad bien entendida y la multiplicidad real. Si el mercado queda dominado por una situación de oligopolio excesivo, como ya lamentablemente ocurre, se correrá el riesgo de no disfrutar de libertad de elección ni de una mayor franqueza de la información y conocimiento, sino de una mediocridad generalizada que podría incluso terminar con una irreparable merma de la especificidad europea.<sup>6</sup>

El texto final de la Directiva recogía el problema en los siguientes términos:

Considerando que es esencial que los Estados miembros velen para que no se cometan actos que puedan resultar perjudiciales para la libre circulación y el comercio de las emisiones televisivas o que pue-

6 PARLAMENTO EUROPEO. *Dictamen elaborado en nombre de la Comisión de Asuntos Jurídicos y Derechos Cívicos sobre la propuesta de la Comisión de las Comunidades Europeas al Consejo COM (86) 146 final-C2-38/86, relativa a una Directiva acerca de la coordinación de determinadas disposiciones legales reglamentarias o administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión.* Doc A2-0246/8, p. 45.

dan favorecer la creación de posiciones dominantes que impondrían límites al pluralismo y a la libertad de información televisiva, así como a la información en su conjunto.<sup>7</sup>

No hay una sola referencia más al problema de la concentración de la propiedad, a pesar de que el Dictamen Barzanti ya había juzgado muy duramente la agresividad y la interdependencia de grupos privados que actuaban sin escrúpulo a nivel multinacional sirviéndose de frecuencias de transmisores marginales y oportunos, en condiciones de ocupar el espacio europeo, por lo que invitó a la Comisión a contrarrestar el fenómeno anormal y deformante de la concentración y degradación mercantil del audiovisual europeo.

Se alegó entonces que la Directiva no era el lugar adecuado para legislar en el sentido propuesto por el Parlamento, pero el problema es precisamente que la Comisión no se ha ocupado jamás del problema, a pesar de que la adopción de medidas antimonopolio era una necesidad imperiosa, tanto para la Comunidad en su conjunto, como para cada uno de los doce Estados Miembros.

Algunos funcionarios comunitarios opinan que la posición del Parlamento era inadmisibile, en tanto que poner trabas al libre mercado suponía violar el Tratado de Roma. Estos funcionarios hacen gala de una ignorancia supina cuando ni siquiera consideran que la legislación antimonopolio no tiene por qué oponerse al Tratado. Además, de lo que se trata es de hacer una interpretación contemporánea de éste, con el fin de lograr que la revolución de la información, con su mito de la "aldea global" incorporado, no deje reducido el problema a sus dimensiones económicas sino que se transforme en instrumento de un intercambio cultural extenso que refleje el pluralismo de las ideas y las tradiciones, sirviendo al mismo tiempo de elemento de refuerzo de las libertades individuales. Por el contrario, al no tomar medidas severas eficaces, el resultado ha sido la progresión geométrica de la uniformización. La consecución de un mercado común de la información, no puede significar la reducción de la capacidad de iniciativa en materia de emisiones, ni merma para la diversidad cultural de Europa. En el momento en que se aprobó la Directiva el problema de la televisión europea era también un problema de democracia. Pero los burócratas no lo consideraron así.

Cuando se publicó el primer gran informe del Instituto Europeo de los Medios, entonces en Manchester, escribimos:

El informe del Instituto Europeo de Medios ha puesto sobre el tapete el problema de la concentración multimedia, pero la conclusión más citada por todos los que se han hecho eco de este estudio, no puede ser más que decepcionante. Se trataría, nada menos, que de crear un remedio de la Federal Communication Commission (FCC), de los

7 COMUNIDADES EUROPEAS. *Directiva del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.* Doc 89/552/CEE. Diario Oficial de las Comunidades Europeas; 17/10/1989.

Estados Unidos. A poco que se conozca la función que este organismo ha jugado podrá deducirse con facilidad que un organismo de estas características y con esas atribuciones no funciona. Ni ha funcionado en los Estados Unidos ni funcionaría en Europa. La Comunidad Europea precisa de normas mucho más estrictas y de un organismo dotado de capacidad ejecutiva suficiente para detener el proceso de concentración multimedia. El Tratado de Roma no puede ser obstáculo, sino todo lo contrario, para que la CE garantice que efectivamente existe un "libre mercado" de la información, sin olvidar todos los aspectos sociales y culturales de la información. Pero la reacción tardía, los intereses nacionales y la propia ceguera de los funcionarios de la CE, les impide tener el coraje suficiente para crear y dotar de plenos poderes a un organismo antimonopolio que consiga, sin trabas o dependencias políticas o nacionales, racionalizar y democratizar el "espacio informativo común". Crear una FCC "a la europea" sólo sería legislar en favor de los monopolios igualmente "a la europea".<sup>8</sup>

El Parlamento Europeo volvió a instar a la Comisión en febrero de 1990, aprobando una nueva resolución en la que:

1. Considera que un proceso de concentración de empresas sin límites ni control en el sector de los medios de comunicación constituye un peligro para el derecho a la información, la autonomía de las redacciones y la libertad de los periodistas.
2. Pide a la Comisión y al Consejo que participen, a partir de sus competencias, en todas las iniciativas y propuestas que permitan a la Comunidad tomar parte activa en la defensa de derechos fundamentales como el pluralismo de la información y la libertad de expresión.
3. Pide a la Comisión que presente propuestas para establecer un marco legislativo específico sobre las concentraciones y las compras de empresas del sector de los medios de comunicación, así como una legislación antimonopolio con el fin de que:
  - se garanticen las normas profesionales mínimas;
  - se proteja la deontología del periodista;
  - se elimine el riesgo de subordinación de las pequeñas empresas;
  - se garantice la libertad de expresión de todos los trabajadores del sector de la información.
4. Pide a los Estados miembros que aún no disponen de una legislación para el control de las concentraciones en el sector de los medios de comunicación que se doten

<sup>8</sup> QUIRÓS, Fernando: *Curso de Estructura de la Información*; Dossat, Madrid, 1991, p. 149.

de dichos instrumentos en el plazo más breve, tomando en cuenta al mismo tiempo la comunicación escrita y la audiovisual.

5. Encarga a su Presidente que transmita la presente resolución al Consejo, a la Comisión y a los Parlamentos de los Estados miembros.<sup>9</sup>

Delors pareció asumir entonces un nuevo papel y, en ese momento, también el Comisario Dodelinger. La Comisión empezó a preparar unas "reglas mínimas". El órgano ejecutivo de la Comunidad debía estar más decidido a tomar cartas en el asunto que en ocasiones anteriores, porque los grandes editores de prensa reaccionaron airadamente desde la misma aprobación de la resolución a la que acabamos de referirnos. Y reaccionaron como suele ser típico en estos casos: esgrimiendo la libertad de comercio por encima de todo, pero escudándose en la libertad de información, y lanzando en sus cadenas de diarios y revistas furibundas campañas de desinformación sobre el presunto rumbo totalitario que estaba tomando la Comisión.

El *Encuentro de la Prensa Europea*, que reunió a más de trescientos especialistas y altos cargos de las Comunidades en Luxemburgo, el verano de 1991, acusó desde el principio el enfrentamiento entre los pocos que dentro de las Comunidades estaban dispuestos a limitar la concentración y los grandes empresarios. El Comisario Dodelinger terminó claudicando, como siempre, y el Encuentro terminó con la afirmación solemne de que "las concentraciones empresariales en el terreno de la Prensa que se han producido hasta ahora no han alcanzado el umbral a partir del cual la CE interviene para evitar los monopolios".

Al aceptar esa argumentación la Comisión Europea seguía dejando la puerta abierta, no sólo a nuevas concentraciones en la prensa, sino a la concentración en manos de los editores más poderosos de la radio y la televisión.

Por si acaso, Rupert Murdoch había sido rotundo en las horas inmediatamente anteriores al Encuentro, publicando un panfletario editorial en *The Times*, acusando a la CE de estar preparando un "nuevo orden europeo de la información", al estilo del "amenazante" NOMIC que la UNESCO sostuvo hasta que, entre otros Murdoch, consiguieron quebrarla.<sup>10</sup>

Jesús Polanco intervenía en la Cátedra Ortega y Gasset de la Universidad Complutense (un montaje de la AEDE, PRISA y algunos sectores de la Facultad de Ciencias de la Información de Madrid, muy ligados a ambos poderes fácticos dentro de los medios de comunicación) para defender sus peculiares posturas cuando de concentración de medios se trata:

No estoy negando los riesgos y amenazas que una concentración de poder informativo ge-

<sup>9</sup> Boletín Oficial de las Comunidades Europeas n° C 68/137 del 9 de marzo de 1990.

<sup>10</sup> THE TIMES, 2/7/1991. Citado por ACIRON, R.: *Influencia empresarial en los mensajes periodísticos*; ponencia presentada al VI Seminario sobre la Información en la Comunidad Europea, Departamento de Periodismo III; Universidad Complutense de Madrid; Madrid, 6-8 de abril de 1992.

nera en las sociedades democráticas (...) Las razones de la concentración son diversas: costes elevados de las inversiones; la complejidad de las acciones que hay que emprender para crear nuevos proyectos; la demanda constante de recursos financieros y técnicos que impone la batalla por la competitividad (...) Este fenómeno de globalización de la empresa informativa y cultural tiene su particular expresión en Europa, dentro del proceso de unificación que impulsa el Acta Unica. Es indudable que la perspectiva de un mercado europeo ha desatado la fiebre de fusiones, adquisiciones y asociaciones en todo el sector. Son muchos los grupos europeos que tratan de tomar posiciones fuera de sus países de origen, y a los movimientos intracomunitarios se suman ahora las inversiones en los países del Este.<sup>11</sup>

El argumento favorito de Polanco era entonces que los efectos perniciosos de las concentraciones se evitan dotando de autonomía las redacciones. Para esa fecha el editor había mostrado su particular entendimiento del concepto de "autonomía", logrando sentarse en la Asociación de la Prensa de Madrid, como "uno más" junto a sus redactores. Ya hacía algunos años que Juan Luis Cebrían, la mano derecha de Polanco, interfería en el trabajo de los redactores de la SER.

En el mes de enero de 1992 los patronos lanzaban una nueva andanada. El Consejo Europeo de Editores afirmaba en la llamada *Declaración de Dublín* que una prensa pluralista y competitiva sólo depende de la rentabilidad y el libre acceso a las fuentes de información y a los lectores. Con lo que nos encontramos otra vez con el viejo lema de los comerciantes de la información por el que las dependencias de los gobiernos son nocivas, pero no lo son las dependencias del capital privado. Es decir, el control editorial no existe si la empresa es privada. Y para todo ello una receta: autorregulación. Ninguno de estos editores reconoce no ya sus imposiciones a sus redactores, sino sus afinidades con los determinados gobiernos que les han permitido ahogar la libre competencia bien entendida y encadenar con ello la libertad de información.

Por si la Comisión no entendía bien el mensaje, los editores —ajenos a cualquier sutileza— se encaminaron a visitar a Delors, al que expresaron que como *guardianes de la libertad y alertadores contra los abusos del poder* veían con seria preocupación los proyectos legislativos de la CE.

Las presiones de los editores, la mayoría de ellos poseedores de licencias de radio y televisión, son causa del lamentable final del *Libro Verde sobre Pluralismo y Concentración de medios de comunicación en el Mercado Interior*. La otra es la inhibición de los gobiernos y sus alianzas con los grandes empresarios nacionales. De esta forma es imposible que la Unión Europea logre avance alguno. Los comisarios se olvidan a menudo de su juramento de no dejarse influir por los intereses del país al que pertenecen. Por otra parte, muchos de los estudios que la Comisión encarga antes de tomar una decisión, no tienen la independencia necesaria, ni de los sectores empresariales implicados ni de los gobiernos.

El *Libro Verde*, que aparece en 1992, tras equiparar los monopolios públicos con los pri-

11 POLANCO, J.; "La comunicación una empresa de ideas"; *El País*, 8/12/1991. Cita-do por ACIRÓN, op. cit.

vados, repasar las legislaciones nacionales y hacer un estudio del grado de concentración, terminaba con tres alternativas:

1. No intervenir.
2. Proponer una recomendación referente a la transparencia.
3. Proponer una armonización de las restricciones nacionales a la propiedad de los medios de comunicación mediante:
  - a. una directiva del Consejo, o
  - b. un reglamento del Consejo, o
  - c. una directiva o un reglamento y la creación de un comité independiente.

Aquí se desencadenó una nueva batalla que han terminado ganando los mag-nates de la comunicación europea que, dicho sea de paso, habían lanzado toda su artillería contra la *Directiva sobre Televisión sin Fronteras*, de la que repudiaban sus normas de publicidad y las cuotas de programación. Y eso que estos dos aspectos eran dos verdaderos "coladeros". Una y otra vez los empresarios violaron lo dispuesto en la norma comunitaria. Por su parte, los gobiernos volvieron a practicar la política de mirar hacia otro lado. El *Libro Verde* obligaba a la Comisión a decantarse por una de las tres opciones, pero las presiones de los propietarios, la obstrucción de los gobiernos y las vacilaciones del Comisario encargado del Mercado Interior, Vanni D'Archifari, terminaron con el aplazamiento *sine die* de la toma de cualquier decisión.

Mientras las asociaciones de editores y radiodifusores se expresaban en los términos que ya conocemos, los gobiernos optaron por no asistir a las reuniones en que debía debatirse el asunto. Tras dos años de conversaciones solamente las asociaciones profesionales (y no todas) y las de consumidores se mostraban a favor de elaborar una Directiva. Con ello resultaba que la Comisión no podía elaborar una norma de rango comunitario sin el concurso de los gobiernos y se encontraba atacada por los grandes empresarios multimedia. Vanni D'Archifari acusó de obstruccionismo a los gobiernos y postergó el asunto para la segunda mitad de 1995, tirando la toalla frente a empresarios y gobiernos que lograban que la Comunidad dejase el sector de la comunicación en manos de cada uno de los Estados, de cuyas leyes venían riéndose o beneficiándose hacia años. Con ello se tiraba a la papelera el proyecto de Directiva antimonopolio que Vanni había elaborado.

El 27 de octubre de 1994 el Parlamento volvía a exigir a la Comisión la aprobación de reglamentos (que no Directiva) por 336 votos favorables contra 10 negativos. Durante el debate pudo verse que la Comisión ya había conseguido articular una excusa para justificar el fracaso de septiembre: no se podía elaborar una Directiva, ni reglamento alguno, sin los elementos de juicio suficientes y, como esos elementos no serían proporcionados por los gobiernos... aplazamiento *sine die*. ¿Necesitaba la Comisión más elementos de juicio que los casos de Berlusconi y Kirch, Springer y Kirch, Murdoch, Hersant, Polanco, Asensio, etcétera?

Esta fue la ejecutoria típica de la Comisión Delors. El tema se zanjaba siempre sin desautorizar al Parlamento, pero sin tomar ninguna medida. No es de extrañar, por lo tanto, que el *Consejo Europeo de Editores* se sintiera momentáneamente aliviado por el aplazamiento y decidiera constituir un *lobby de calidad*, para presionar en Bruselas porque, decía su presidente —Vander Straeten— que la actitud de la Comisión era la de la zanahoria y el palo. Zanahoria porque la intervención en el sector debería garantizar la libre circulación y el libre establecimiento de empresas. El palo, porque podrían también decidir limitar las concentraciones si se recogían las quejas del Parlamento. Próximo ya al final de su mandato, Delors decidió zanjarse personalmente el asunto: no habría reglamento ni directiva antes del 1º de enero de 1995. Es decir, la papa caliente pasaba a las manos de Jacques Santer en cuyo *gabinete* el comisario para el Mercado Interior sería Mario Monti, nombrado a propuesta de Berlusconi.

Sin embargo, mientras la decisión final sobre la concentración de medios quedaba aparcada, la Comisión se vio forzada a paralizar una operación de fusiones multimedia que afectaba a todo el Mercado Interior. El descaro de las cadenas de medios había ido en este caso demasiado lejos. *Bertelsmann*, *Kirch* y *Havas* se proponían monopolizar la televisión por cable en Europa a través de la sociedad *Media Service*. ¿Estaba la Comisión cambiando de rumbo? Parece que no. El Comisario encargado de la competencia, el socialista belga Karel Van Miert, advertía que en el futuro no sería nada fácil intervenir contra las concentraciones. Una vez más la Unión Europea está prisionera de sus propias contradicciones: ¿cómo impulsar la creación de grandes consorcios para el desarrollo de una tecnología de la comunicación europea competitiva a nivel mundial, evitando al mismo tiempo las concentraciones y con la liberalización de las telecomunicaciones a muy pocos años? Lamentablemente, habrá una nueva vuelta de la cadena en torno al cuello de la libertad. Todo indica que los ganadores de la batalla serán los grandes magnates de la comunicación. Seguiremos sin embargo hablando de democracia, de libertad de información y de espacios comunes. La espiral del disimulo es la reina de la comunicación europea.

## Servicio Público en Europa: dinámica de un concepto

GUILLERMO MASTRINI

En la mayoría de los países europeos las políticas de medios de comunicación se enfrentan a crecientes desafíos. Si hasta comienzos de la década del '80 el proceso regulatorio de los medios se caracterizaba por ser estático, limitándose a establecer el marco legal en el que operaron durante cuarenta años los monopolios públicos, a partir de entonces la inmovilidad se transformó en vorágine. El creciente interés de la industria y las finanzas por el nuevo negocio que representa la televisión, ha determinado un cambio radical en el posicionamiento de los miembros de la alianza político-económica que permitió el desarrollo de las radios y las televisiones públicas. Invocando el nombre de la desregulación y amparados en el neoliberalismo económico, los gobiernos europeos cedieron la iniciativa al sector privado, mientras que los Servicios Públicos de Radiodifusión intentan definir nuevas estrategias que, al menos, les garanticen su supervivencia.

El propósito de este artículo es analizar el proceso dinámico a partir del cual la estructura de los medios de comunicación sufrió profundas alteraciones. Se argumentará que si bien los servicios públicos de comunicación determinaron una mayor apertura de la esfera pública que en el caso del modelo comercial norteamericano, su origen se debió a que constituyeron la opción menos cuestionable para los intereses de las clases hegemónicas europeas. Al pasar el capitalismo a una nueva etapa, los monopolios públicos se tornaron un obstáculo para el desarrollo de nuevas políticas de medios, caracterizadas por la influencia de un interés económico industrial. Como señala Garnham (1994: 121) el desarrollo del mercado de medios no es más que la última fase dentro de un proceso integral al modo capitalista de producción.

### EL CONCEPTO DE SERVICIO PÚBLICO

Si alguna característica común tienen los servicios públicos en Europa, esta es la inexistencia de una definición sobre que implica exactamente el término

servicio público de televisión. El concepto refiere a una serie de asunciones acerca de los objetivos, obligaciones y derechos que deben tener los servicios públicos. La misión original de los servicios públicos tal como fueron concebidos tenía su base en tres tareas: informar, educar, entretener. Para ello, se crearon corporaciones públicas (más o menos ligadas a los gobiernos) garantizadas por estructuras de regulación y control públicas, y que mantenían lazos formales entre la institución y el Estado. Con el fin de que pudieran alcanzar sus objetivos se les otorgó un conjunto de privilegios y como contrapartida a los mismos debían cumplir con ciertas obligaciones. En el capítulo de los privilegios, se les aseguró el monopolio de los servicios de radio y televisión, que alejaba el peligro de la competencia, especialmente en la primera etapa de formación del servicio y se les brindó una fuente de financiamiento segura como el canon o licencia. Este sistema implica el pago de un monto anual de dinero por parte de los poseedores de aparatos receptores, no en concepto de derecho de recepción, sino con el criterio de sostenimiento del sistema público. El canon posibilitó además que los servicios públicos se mantuvieran ajenos a la influencia de la publicidad como fuente de financiamiento. A cambio de estos privilegios las corporaciones públicas debían llenar una serie de obligaciones determinadas por el Estado, con un interés social, político y cultural. Las corporaciones debían brindar al público un servicio universal que cubriera la totalidad del país. Esta característica resultó bastante costosa en países como Suecia donde aunque la mayor parte de la población se concentra en la mitad meridional del territorio, la corporación estaba obligada a asegurar el mismo servicio (y sin aumentar el monto del canon) en zonas de escasa población y difícil acceso.

En segundo lugar, las corporaciones públicas debían brindar una programación balanceada, que atendiera a los gustos y necesidades de toda la población, y no sólo a los de la mayoría, con un especial interés en la protección de las minorías. Esta obligación se cumplió sustancialmente, debido a que al tener las corporaciones una fuente de financiamiento asegurado, no existía la presión del rating sobre la programación. Finalmente, en una tercera y polémica obligación los servicios públicos debían atender al interés y la cultura nacional. Por un lado debía ceder su antena cuando cuestiones de Estado lo requirieran y por otro promover la cultura nacional. Este último ítem fue bastante cuestionado dado lo impreciso de la definición, que en muchos casos no supuso más que la asimilación de cultura nacional al concepto de cultura que poseían las clases dominantes.

### RESTRICCIONES E INTERESES

El modelo europeo de televisión desarrollado luego de la segunda guerra mundial (aunque con orígenes en la radio en la década del '20) significó una ruptura con el modelo norteamericano que favorecía un desarrollo comercial de la

radiodifusión. Los gobiernos europeos consideraban que la radio y la televisión debían tener un rol vinculado a la cultura, más que a potenciar el desarrollo económico, aun cuando la gran economía se mantuviera en manos privadas. Más aun, puede considerarse que los servicios públicos de televisión representaron una desviación con el modelo "normal" de producción del sistema capitalista (Syvertsen, 1992: 34; Murdock y Golding 1977:21) en el sentido que su intención fue priorizar su función social más que maximizar las ganancias, como un sistema de comunicación social más que como una mercancía. Pero si bien la televisión pública se alejó de la lógica capitalista en su sentido más economicista, respondió como organización de un sistema de medios a los intereses de las clases dominantes. Los motivos de la desviación hay que buscarlos en la particular interacción entre distintos actores sociales e intereses para sostener la creación de los servicios públicos, a partir de condiciones socioeconómicas específicas.

¿Qué restricciones influyeron en la formación de las corporaciones públicas? Para empezar, habría que destacar el amplio consenso en materia de política económica y social entre los principales partidos políticos europeos en el período 45-60. En el marco del *Welfare State* de una economía en crecimiento, no hubo mayor oposición para una fuerte presencia estatal, tanto en las principales industrias como en el campo cultural. Más allá de la restricción de tipo técnico (la escasez de frecuencias limitaba el desarrollo de la televisión), la economía europea necesitaba recuperarse una vez finalizada la guerra y no existía consenso para crear una estructura de medios competitiva, por parte de los principales actores sociales.

A nivel político, tanto conservadores como socialdemócratas no encontraban objeciones al sistema de servicios públicos de televisión. Los conservadores porque consideraban a las corporaciones como un instrumento ideal para ejercer el control social, que a la vez congeniaba con su modo paternalista de difundir la cultura. El servicio público de televisión se correspondía con la idea que tenían los socialdemócratas acerca del rol del estado y con el desarrollo del *Welfare State*, a la vez que posibilitaba una ampliación de la esfera pública. Con motivaciones y criterios diferentes, las principales formaciones políticas coincidían en avalar el servicio público de televisión. Sí existió una profunda diferencia respecto a qué organismo debía ser el encargado de controlar las corporaciones públicas. Mientras los conservadores prefirieron que el control de la radiodifusión pública lo ejerciera directamente el gobierno, los socialdemócratas se inclinaban por soluciones que vincularan las corporaciones al parlamento.

En el sector económico industrial tampoco existió mayor oposición. Los propietarios de periódicos temían que la introducción de la televisión comercial restringiera sus ingresos publicitarios y la industria de aparatos receptores prefería canales de televisión fuertes con el fin de expandir rápidamente el mercado.

Los posicionamientos y acuerdos entre sectores fueron fruto entonces de una alianza negativa entre los actores sociales comprometidos en la conformación del sistema de medios. Se la considera negativa, ya que para algunos actores

las corporaciones públicas fueron la solución que comprometía menos sus intereses, tanto en el plano de los intereses económicos como políticos. Sin embargo, a través de esta alianza las corporaciones públicas nacieron y crecieron durante cuarenta años (1945-1985). No obstante, en la particular forma de la alianza radicaba a la vez la mayor debilidad del servicio público de radiodifusión. Si desaparecían las restricciones socioeconómicas que actuaron como condicionantes del proceso, también lo hacía una considerable porción de la base de sustentación de los servicios públicos. No resulta sorprendente, que a partir de la ruptura de la alianza a comienzos de la década del '80, las corporaciones públicas tuvieran que soportar un continuo período de crisis que se extiende hasta nuestros días.

### UN NUEVO ESCENARIO

Varios factores confluyeron para que a partir de comienzos de la década del '80 los servicios públicos vieran amenazada su seguridad y tuvieran que redefinir sus estrategias para, al menos, alcanzar su supervivencia. Mucho se ha argumentado desde sectores vinculados a los intereses privatistas que a partir de las nuevas tecnologías de la comunicación y la desaparición de la escasez de frecuencias, no había razones para sostener los monopolios públicos. Como ha sido señalado por otros autores, las nuevas tecnologías no son el motor del cambio sino que los criterios económicos han conquistado un peso creciente en la organización televisiva y su regulación. (Richeri, 1994: 91). Dentro del proceso de cambio, las nuevas tecnologías tienen un rol funcional al mismo. Tiempo antes, Williams (1975: 65) señalaba con acierto que el desarrollo tecnológico es un proceso intencional, donde algunos objetivos son perseguidos y otros dejados de lado. Más aún, Garnham (1994: 120) sostiene que la limitación de canales en Europa estuvo determinada por razones sociales y económicas y no tecnológicas; y que si bien la radiodifusión pública fue legitimizada en términos de escasez de frecuencias, su justificación reside en su superioridad sobre el mercado como medio de proveer a todos los ciudadanos un servicio igualitario de calidad.

Explicar el proceso de pérdida de consenso por parte de las corporaciones públicas resulta entonces una tarea compleja, que debe partir de la nueva situación política, económica y social en los '80. Políticamente, el auge neoconservador a partir de los gobiernos de Reagan y Thatcher, supuso el agotamiento del consenso respecto al rol del Estado y una ruptura con la tradicional visión conservadora-paternalista respecto a la radiodifusión. Socialmente se registra una tendencia al consumo individualista, en detrimento del sentido de apertura de la esfera pública que predominó en los primeros años de la televisión. En un sentido habermasiano, se potencia el hombre consumidor más que el hombre ciudadano, privilegiando formas de conocimiento privatizadas, opuestas a la participación grupal. (Garnham, 1994: 127).

En el plano económico el cambio fue todavía más profundo a partir del auge de ideas de libre mercado. El sector de la radiodifusión, que en Europa se había mantenido alejado de las presiones del mercado, comenzó a ser visto con cada vez mayor interés por parte del mundo empresarial como receptor de inversiones y generador de ganancias. Las corporaciones multinacionales, los bancos, las grandes empresas constructoras encontraron en la radiodifusión un sector dinámico y atractivo para invertir el capital acumulado en otras áreas. El sector de la prensa escrita que se había consolidado en los '60 y '70 a partir de un fuerte proceso de concentración, comienza a interesarse en un nuevo mercado potencial como la radiodifusión. Finalmente, las productoras de programas norteamericanas y el sector publicitario vieron en la comercialización del sector televisivo europeo una oportunidad inmejorable para expandir sus negocios.

A partir de las fuertes presiones del sector de los negocios, la apertura de la radiodifusión no tardó en llegar. Consecuencias directas de estas presiones fueron la ruptura de los monopolios públicos por parte de canales privados y un notable auge de la concentración de medios. La caída de los monopolios determinó un reacomodamiento en la estructura y las políticas de medios conocido como desregulación. Sin embargo, como ha sido sostenido por varios autores (Mc Quail, Siune y Truetzschler, 1992; Murdock, 1990; Dyson, 1988) examinar las nuevas políticas de medios desde la perspectiva de la desregulación es inadecuado. Se ha producido un proceso "rerregulatorio", una multiplicidad de nuevas reglas, con el fin de alcanzar una liberación controlada que beneficie a los nuevos intereses.

Con la ruptura del monopolio, el sector más afectado fue el de las corporaciones públicas. Su crisis se agravó a partir del reposicionamiento de actores sociales que formaban su base de apoyo y su consecuente pérdida de legitimidad. Frente a ello las corporaciones públicas intentan buscar una alternativa de supervivencia, entre la vieja concepción de servicio público y el nuevo desafío que representa la competencia de los canales privados. Nuevas propuestas para la televisión pública sostenidas por autores como Blumler y Hoffmann-Riem (1993) señalan la necesidad de asumir la defensa de los valores vulnerables como la calidad, la diversidad y la identidad cultural. Otros autores como Garnham (1994) observan como tarea prioritaria la defensa de la televisión pública como reaseguro de una mayor apertura de la esfera pública y la democracia.

### UN FUTURO DIFÍCIL

Contrariamente a lo sostenido por los apologistas del mercado, la aparición de canales privados de televisión ha implicado homogeneización de la programación en torno a los gustos masivos (programas de entretenimientos y concursos) y una baja en la calidad general del servicio televisivo. Sin embargo, el mayor pe-

que debe enfrentar la sociedad europea es la creciente concentración en la edad de los medios.

Como ha sido señalado en este artículo, los servicios públicos de televisión tuvieron su origen en una opción progresista sino en el balance de las fuerzas e intereses de los actores implicados en su creación. Pese a ello, es necesaria la presencia de servicios públicos de radiodifusión fuertes e independientes, ya que constituyen el único medio de comunicación en el que participan sectores más amplios que el mundo de los negocios. El sector privatista no conforma con la ruptura del monopolio, aboga por la desaparición de las cadenas públicas, con un mal usado argumento de libertad de prensa y racionalización de recursos públicos. El futuro de la televisión pública se halla en peligro, y dependerá de una correlación de fuerzas que en estos momentos le es desfavorable. Esto implica un enorme desafío para las corporaciones públicas, que deberán buscar una nueva identidad que les permita recobrar su legitimidad, sin perder aquellos rasgos que las distinguen de la televisión comercial. Por supuesto, no será tarea fácil.

#### BIBLIOGRAFÍA

- BLUMLER, Jay G. y HOFFMANN-RIEM, Wolfgang (1993): "Nuevas funciones para la televisión pública", en Blumler, Jay (ed.): *Televisión e interés público*, Barcelona, Bosch.
- DYSON, Kenneth (1988): "Patterns of Regulatory Change in Western Europe", en Dyson, Kenneth y Humpreys, Peter (eds.): *Broadcasting and New Media Policies in Western Europe*, Londres, Routledge.
- GARNHAM, Nicholas (1994): "Public Service versus the Market", en Garnham, Nicholas (ed.): *Capitalism and communication*, Londres, Sage.
- MURDOCK, Graham y GOLDING, Peter (1977): "Capitalism, Communication and Class Relations", en Curran, J.; Gurevitch, M. y Woolcott, J. (eds.): *Mass Communication and society*, Londres, Edward Arnold.
- MURDOCK, Graham (1990): "Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization", en Ferguson, Marjorie (ed.): *Public Communication: the new imperatives*, Londres, Sage.
- RICHERI, Giuseppe (1994): *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Barcelona, Bosch.
- SIUNE, Karen; McQUAIL, Denis y TRUETZSCHLER, Wolfgang (1992): "From Structures to Dynamics", en Siune, Karen y Truetzschler, Wolfgang (eds.): *Dynamics of Media Politics*, Londres, Sage.
- SWERTSEN, Trine (1992): *Public Television in Transition*, Oslo, Levende Bilder, Nº 5/92.
- WILLIAMS, Raymond (1975): *Television: Technology and Cultural Form*, Londres, Fontana.

## Pierre Bourdieu y la Sociología de la Cultura: una introducción

NICHOLAS GARNHAM y RAYMOND WILLIAMS  
Trad.: VICTORIA BOSCHIROLI y GABRIELA RESNIK

La influencia de Pierre Bourdieu en el pensamiento y la investigación anglosajona ha sido hasta la fecha en extremo fragmentaria: en efecto, se limita a la disciplina de la antropología y a la subdisciplina de la sociología de la educación. La publicación en inglés de *Outline of a Theory of Practice and Reproduction*, respectivamente, marcan tal influencia.

Sin embargo, se han ignorado en gran parte otros aspectos de este sistema teórico que ha sido descrito como el más elegante y abarcador desde el de Talcott Parson. Esta descripción es particularmente apropiada para el trabajo en historia y sociología de la cultura llevado a cabo por Bourdieu y sus colegas en el Centre de Sociologie Européenne en París, recogido en *Actes de la Recherche en Science Sociale*, publicación de esa institución. Obviar estos aspectos del trabajo de Bourdieu no sólo afecta de por sí los estudios culturales: a partir de esta absorción fragmentaria y parcial, se puede caer en el peligro de malinterpretar gravemente lo que es un cuerpo rico y unificado de teoría asociada a un trabajo empírico (que atraviesa campos tan diversos como la etnografía de Argelia, el arte, la ciencia, la religión, el lenguaje, la ciencia política, la educación, la epistemología y metodología de las ciencias sociales en general). Un ejemplo notable de este peligro se encuentra en el reciente intento de refutar la teoría del capital cultural de Bourdieu por parte de Halsey y sus colegas (Halsey *et al.*, 1980).

Aprovechando aquí la reciente aparición en Francia de *La Distinction*—libro que resume el trabajo de más de diez años sobre la sociología de la cultura francesa—presentaremos en este artículo introductorio un esbozo, forzosamente esquemático, de la estructura del pensamiento de Bourdieu. La intención de tal esbozo es señalar qué pueden ofrecer aspectos particulares de la obra de Bourdieu al campo de los estudios culturales y de medios en Gran Bretaña. Como su propia teoría podría predecir, cuando esta producción simbólica particular ingresa a un campo diferente de aquel en el que fue producido, adquiere una función específica y diferente.

En los últimos diez años, los estudios culturales y de medios en Gran Bretaña

se han desarrollado en dos etapas sucesivas, etapas que la propia teoría de Bourdieu puede ayudarnos a explicar. La primera vio el surgimiento, a partir de estudios literarios, de un marxismo culturalista, que se oponía tanto al subjetivismo de la crítica literaria leavisiana como a la sociología empírica y ahistórica de la comunicación de masas y la cultura popular, cuyas raíces intelectuales e ideológicas se encuentran en la sociología norteamericana. Los primeros trabajos del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham ilustran esta primera etapa. La segunda etapa vio el desarrollo de un marxismo teoricista (y aquí el trabajo de *Screen* es ejemplar), bajo la influencia primero de Althusser y después de Lacan. Esta corriente desvió el tratamiento del problema de la ideología como ligada a determinantes económicos y de clase —considerado como la aplicación grosera de criterios económicos o sociológicos— hacia el “texto”, lugar privilegiado para llevar a cabo una práctica significativa relativamente autónoma y descifrar, por medio de lecturas sintomáticas, la eficacia ideológica de estas prácticas. En los últimos tiempos, esta corriente althusseriana se ha visto desafiada por quienes, en el marco de una tradición marxista más antigua, reafirman, por un lado, el valor del trabajo empírico en sociología y en historia, oponiéndose así al teoricismo, y por otro, la necesidad de volver a privilegiar la eficacia social y el poder explicativo de los determinantes económicos y de clase.<sup>1</sup>

La obra de Bourdieu resulta potencialmente valiosa para los estudios culturales y de medios en Gran Bretaña, en tanto se enfrenta y supera dialécticamente estas posiciones parciales y opuestas entre sí, en un movimiento crítico en el sentido clásico marxista. Así, desarrolla una teoría de la ideología (o, mejor dicho, del poder simbólico, puesto que, por lo general, reserva el término ideología para cuerpos de pensamiento más explícitos y coherentes) basada sobre la investigación histórica concreta y el uso de técnicas clásicas de sociología empírica, tales como el análisis estadístico de datos surgidos de encuestas. Al mismo tiempo, desarrolla su crítica al teoricismo —en particular, al marxismo estructuralista y a las tendencias formalistas ligadas a éste— especificando, con la presentación de evidencia empírica, las raíces históricas y los determinantes económicos y de clase de la autonomía relativa de la práctica intelectual. Esta autonomía relativa es, a su vez, la condición para la eficacia de la práctica intelectual entendida, en general, como la práctica de la dominación ideológica.

Las ideologías deben su estructura y sus funciones más específicas a las condiciones sociales de su producción y circulación, esto es, a las funciones que cumplen, en principio para los especialistas que compiten por el monopolio de las competencias en cuestión (religiosas, artísticas, etcétera), y, secundaria e incidentalmente, para los no especialistas. Las ideologías están siempre *doblemente determinadas*: deben sus

características más específicas no sólo a los intereses de las clases y las fracciones de clase que expresan (la función sociodicea), sino también a los intereses específicos de aquellos que las producen y a

<sup>1</sup> Ver, por ejemplo, Williams, 1977; Thompson, 1978; Golding y Murdock, y Johnson en Barret y otros (eds), 1979; Garnham, 1979.

la lógica específica del campo de producción (a menudo transfigurada en la ideología de la “creación” y el “creador”). Cuando insistimos en esta doble determinación, obtenemos los medios para no reducir burdamente los productos ideológicos a los intereses de las clases a las que sirven (un efecto de cortocircuito común en la crítica “marxista”), y tampoco caer en la ilusión idealista de tratar las producciones ideológicas como totalidades autosuficientes y autogenerantes asimilables a análisis puros, puramente internos (semiología), (Bourdieu, 1977b)

En *La Distinction*, entonces, se compendia una obra que es un ataque frontal a todas las teorías esencialistas de apropiación cultural (el gusto) y producción cultural (la creatividad); a todas las nociones de valores culturales absolutos y universales; y, en especial, a la *intelligentsia* y las ideologías que postulan la autonomía cultural e intelectual respecto de los determinantes económicos y políticos que esa misma *intelligentsia* —en tanto “fracción dominada de la clase dominante”— ha construido en defensa de sus intereses materiales y simbólicos.

Se puede afirmar que el problema central —más aun, definitorio— del materialismo histórico es el de la reproducción. Este problema se plantea tanto en el nivel material como en el simbólico. Requiere explicar, por un lado, cómo, en las formaciones sociales caracterizadas por la extensión espacial y la división de trabajo, se coordinan las acciones de los agentes humanos para asegurar la reproducción intergeneracional de las condiciones materiales de existencia (el problema del modo de producción). Por otro lado, se debe dar cuenta de cómo es legitimado el conjunto de relaciones desiguales de clase que esa coordinación produce, de modo tal que la reproducción ocurrirá sin que prácticamente se genere conflicto social (el problema del modo de dominación). Desde luego, se debe tener en cuenta el caso opuesto, es decir, el problema de especificar en qué condiciones la reproducción no ocurre, hecho que conduce a la transformación más o menos rápida de la formación social (el problema de la crisis y de la revolución).

Con su teoría de la práctica, Bourdieu aborda precisamente este problema general. Aunque ha centrado su atención en el estudio del modo de dominación, al que denomina ejercicio del Poder Simbólico, su teoría está formulada en términos decididamente materialistas. La vinculación de su teoría con un análisis económico en el sentido estricto del término (es decir, el modo de producción de la vida material) no se limita al hecho de que tome prestados términos de la economía, tales como capital, ganancia, mercado e inversión, términos que utiliza para describir y analizar la práctica cultural. Además, la obra de Bourdieu está vinculada con la tradición central del materialismo histórico en la medida en que está formulada como una “crítica” en el sentido clásico. No se debe cometer el error de restringir el análisis empírico y teórico del poder simbólico de Bourdieu a alguna subdisciplina marginal como los estudios culturales o la sociología de la cultura y el conocimiento. Tal como sucede en la obra de Marx con las teorías de fetichización e ideología, este análisis es el núcleo de una teoría general más abarcadora, ya que establece las condiciones de su propia cientificidad potencial.



Bourdieu concibe la sociología como la ciencia de las condiciones sociales que determinan las prácticas humanas.

Así, la sociología del poder simbólico es la ciencia de las condiciones sociales que determinan la práctica intelectual, condiciones que son siempre concreta y específicamente históricas. En un movimiento crítico, la sociología del poder simbólico explicita cuáles son las condiciones para lograr evadir la ideología en la práctica científica (evasión siempre parcial, por estar socialmente condicionada). Al hacerlo, revela los límites históricamente definidos de la verdad disponible. Este es, más aun, un acto político, porque no reconocer correctamente estas condiciones y límites es la condición para el ejercicio del poder simbólico usado para reforzar la tendencia a reproducir la estructura existente de relaciones de clase. (Bourdieu, 1975a: 166)

En el prefacio a *La Distinction*, Bourdieu describe claramente cómo su propio pensamiento surgió de —y como reacción a— aquellas influencias sucesivamente dominantes en el pensamiento francés, Sartre y Lévi-Strauss. (En particular, manifiesta hacia Sartre una actitud intelectual continuamente ambigua, de repulsión y atracción. Así se explica que haya elegido a Flaubert como caso ejemplar en su estudio de la producción cultural francesa.)

No es fácil en absoluto traer a la memoria los efectos sociales producidos en el campo intelectual francés por la obra de Claude Lévi-Strauss y la mediación concreta por la cual se impuso una nueva concepción de la actividad a toda una generación. Esta concepción se opuso en forma totalmente dialéctica a aquella figura del intelectual “total”, decisivamente inclinado hacia lo político, encarnada por Jean-Paul Sartre. Sin dudas, este enfrentamiento ejemplar colaboró a estimular, en muchos de quienes en ese entonces se inclinaban hacia las ciencias sociales, la ambición de reconciliar objetivos teóricos y prácticos, vocaciones científicas y éticas o políticas —tan a menudo divididas—, de cumplir su tarea como investigadores —una suerte de oficio militante, tan lejos de la ciencia pura como de lo profético— en un modo más humilde y responsable. (1980: 7-8) \*

En el marco del discurso de Bourdieu, los términos subjetivismo y objetivismo apuntan a estos dos polos de la vida intelectual francesa de posguerra. Su trabajo en sociología se ha desarrollado como una crítica específica a estas dos escuelas de pensamiento, consideradas como dos momentos dialécticos en el desarrollo de una teoría de la práctica verdaderamente científica, que es a su vez la condición para escapar del ciclo inconsciente de la reproducción. El subjetivismo o, como Bourdieu lo denomina, “la forma fenomenológica del conocimiento” —que abarca tendencias que van de la psicología social y la etnometodología al existencialismo y la fenomenología— se centra en el actor individual y en la realidad experiencial de la acción social. Se trata, según Bourdieu, de una tendencia característica de la sociología, que estudia la propia sociedad, dentro de la cual el observador es él mismo también un participante.

\* N. de las TT.: la traducción es nuestra.

(\*)

Por el contrario, el objetivismo —término con el que Bourdieu se refiere a todos los tipos de estructuralismo y funcionalismo, y en especial a Lévi-Strauss y Althusser— va más allá de la experiencia inmediata del actor individual, con el objeto de identificar los “hechos sociales”, las regularidades observables de la acción social. Sin embargo, en este proceso tiende a fetichizar las estructuras, convirtiendo a los agentes, ya en meros ejecutantes de una partitura preestablecida, ya en portadores de la estructura. Bourdieu considera que esta tendencia se da especialmente en el caso de los antropólogos, en tanto observadores de sociedades de las que no forman parte. Mientras el subjetivismo no puede reconocer los determinantes sociales de la acción humana, los objetivistas suelen sufrir de la ceguera a la que los intelectuales están particularmente expuestos. En efecto, es la ideología específica de los detentadores del poder simbólico; es decir, no reconocen que idealizar la estructura y su lógica no es más que una manifestación de su incapacidad para reconocer las condiciones sociales de su propia práctica, por el hecho de que no reconocen las condiciones sociales e históricamente específicas que determinan todas las prácticas humanas.

En la obra de Bourdieu, los discursos de la sociología y de la historia se entrelazan inextricablemente. Al desarrollar su teoría de la práctica, o “ciencia de la economía de las prácticas humanas”, Bourdieu asume la tarea de superar la oposición entre subjetivismo y objetivismo, explicando la relación entre las regularidades de la acción social (la estructura) y la realidad experiencial de actores humanos libres, en ejercicio de su voluntad y su razón. Además, su teoría exige que cualquier solución a este problema sociológico deba a la vez ofrecer una explicación histórica adecuada, por medio de la especificación de las condiciones sociales bajo las cuales la estructura se reproducirá o, por el contrario, sufrirá transformaciones más o menos rápidas. Estas dos situaciones no son consideradas como problemas separados. Una de las críticas principales de Bourdieu a la sociología tradicional, subjetivista u objetivista, es lo que él denomina “amnesia del génesis” (1977a: 79). Como Keynes en economía, Bourdieu se preocupa por insistir en que cualquier explicación satisfactoria de la acción humana debe tomar en cuenta el hecho de que toda acción humana, a la inversa de la reconstrucción que de ella hace la ciencia, ocurre irreversiblemente en el tiempo (1977a: 5-6). Según Bourdieu, entonces, los actores humanos intervienen en situaciones cuyo desenlace es incierto, puesto que sus estrategias se enfrentan a las estrategias de otros actores. El problema radica en especificar el mecanismo mediante el cual, sin que los actores lo sepan (de saberlo, modificarían su estrategia teniendo en cuenta este conocimiento), tales estrategias de improvisación se coordinan objetivamente (1977a: 1-30).

El mecanismo regulador que Bourdieu propone es el habitus (1977a: 72-95), definido como

el principio generador de estrategias que permite que los agentes se enfrenten a

situaciones imprevistas y nuevas... un sistema de disposiciones durables y transferibles que integra experiencias pasadas y funciona a cada momento como una matriz de percepciones, apercepciones y acciones que hace posible llevar a cabo tareas infinitamente diversas, gracias a la transferencia analógica de esquemas que permiten resolver problemas similares.

El habitus no es una serie azarosa de disposiciones: opera según una lógica relativamente coherente, la lógica de la práctica. Esta lógica adquiere su forma fundamental en la primera infancia y en el seno de la familia. Consiste en la internalización de un conjunto dado de determinadas condiciones objetivas, tanto condiciones materiales inmediatas como mediadas por el habitus y las prácticas de los adultos (en especial los padres) que conforman el entorno del niño. Aunque la experiencia posterior alterará la estructura de la lógica del habitus, estas alteraciones surgidas en la escuela o el trabajo serán asimiladas de acuerdo con la lógica del habitus existente.<sup>2</sup>

Esta lógica de la práctica funciona a nivel inconsciente y no puede ser inculcada explícitamente. Entonces, debe ser a la vez una lógica reductiva —que opera a partir de distinciones categoriales simples— y lo suficientemente flexible como para poder ser aplicada, en tanto principio estructurante de la práctica, a un espectro variado de situaciones. De este modo, opera con distinciones dicotómicas tan simples como alto/bajo, adentro/afuera, cerca/lejos, masculino/femenino, bueno/malo, negro/blanco, raro/común, distinguido/vulgar, etcétera. Se trata de principios de categorización que se desarrollan en el entorno inmediato del niño pequeño pero que, en tanto principios reguladores a nivel inconsciente, pueden ser aplicados posteriormente a una gran variedad de campos y situaciones (Bourdieu, 1977a: 96-158).

El habitus es un fenómeno unificado. Produce un ethos que vincula todas las prácticas producidas por un habitus a un conjunto unificador de principios. El habitus es, también por definición, un fenómeno no individual: los individuos lo internalizan y operan con él para regular la *interacción*, y no actos solitarios. Por lo tanto, el habitus es un fenómeno familiar, grupal y —especialmente— de clase: una lógica que deriva de un conjunto colectivo de condiciones materiales de existencia y regula la práctica de un conjunto de individuos, como reacción colectiva a esas condiciones. Más aun, la definición de clase que da Bourdieu se basa sobre el concepto de habitus (1977a: 81-7).

De este modo, la práctica individual, en tanto regulada por la lógica de la práctica, es siempre una variante estructural de la práctica de grupo y, especialmente, de clase. Sin embargo, como el habitus regula la práctica según lo que Bourdieu llama una lógica probabilística —la práctica en una situación dada

<sup>2</sup>Ver Bourdieu, 1977a; 77-8. La primacía y la inercia relativa de la influencia de la primera infancia en el habitus llevan a lo que Bourdieu llama el efecto hysteresis y explican su interés por las diferencias y las luchas intergeneracionales e interclase (1977d). En particular, se vale del concepto para explicar las tendencias conservadoras y nostálgicas en muchos políticos progresistas, así como sus alternativas reaccionarias.

está condicionada por el resultado esperado—, la práctica también está determinada por la trayectoria. Así se refiere Bourdieu a la movilidad social, hacia arriba o hacia abajo, de la familia, la fracción de clase o la clase, en una jerarquía de determinaciones de la clase a la familia. La movilidad hacia arriba generará una perspectiva optimista respecto de los resultados posibles, mientras que la movilidad hacia abajo producirá una óptica pesimista; cada una de estas posturas determinará un conjunto diferente de orientaciones prácticas hacia los diversos campos de la lucha social. El ejemplo clásico de Bourdieu sobre el efecto de las expectativas en la práctica es el de las actitudes de la clase trabajadora hacia su participación en la educación formal. Estas expectativas, como otros aspectos de la lógica de la práctica, no reflejan sólo reacciones individuales y azarosas ante el entorno social; por el contrario, son estimaciones realistas, en términos del habitus, de las probabilidades objetivas que un estado dado del campo social le ofrece a un actor en una posición de clase determinada (Bourdieu, 1974, 1980: cap. 2).

Cuando Bourdieu aborda el campo específico del consumo —o, más bien, apropiación— cultural, las regularidades que sus datos de encuesta revelan en cuanto a esquemas de gusto (en campos tan diversos como la comida, la vestimenta, la decoración de interiores, el maquillaje, el deporte, el arte popular y el arte culto) sirven como índices de los habitus de clases y de fracciones de clases. El interés de Bourdieu no es revelar un esquema particular de consumo o apropiación (puesto que en un estado diferente del campo otros índices podrían ser usados para las mismas posiciones relacionales), sino explicitar la lógica que da cuenta de esta relación particular entre ciertos bienes y prácticas culturales y el modo de operar del habitus de clase. Consecuentemente, los análisis de Bourdieu sobre las especificidades concretas de la práctica cultural francesa contemporánea son, por un lado, parte de una teoría más abarcadora, la del poder simbólico, su refinamiento y legitimación empíricos; por otro, una intervención política en la lucha simbólica de clases.

El arte es uno de los lugares por excelencia de la negación del mundo social. Pero la misma intención inconsciente de negación se encuentra en la base de muchos de los discursos que tienen como proyecto declarado el hablar sobre el mundo social y que, en consecuencia, pueden escribirse y leerse en el desdoblamiento. (¿Cuántos filósofos, sociólogos, filólogos han llegado a la filosofía, a la sociología y a la filología como a uno de esos lugares que, mal situados en el espacio social, permiten escapar a la definición? Todos esos utopistas de hecho, que no quieren saber donde están, no son los mejor situados para saber lo que es el espacio social en el que se encuentran. ¿Tendríamos si no tantas lecturas y tantos lectores, materialistas sin material, pensamientos sin instrumentos de pensamiento, luego sin objeto, y tan pocas observaciones y, por tanto, tan pocos autores?) No es posible hacer progresar la ciencia del mundo social ni difundirla si no es a condición de *forzar el retorno de lo reprimido*, neutralizando la neutralización, negando la negación bajo todas sus formas, de la que la menor no es la desrealización mediante la hiperbólica radicalización de al-

gún discurso revolucionario. Contra el discurso ni verdadero ni falso, ni verificable ni falsificable, ni teórico ni empírico que, lo mismo que Racine no hablaba de vacas sino de terneras, no puede hablar del *Smig* (salario mínimo intergarantizado) o de las camisetas de la clase obrera, si no solamente del modo de producción y del proletariado, o de los papeles y actitudes de la *lower middle class*, no basta con demostrar, es necesario mostrar objetos e incluso personas, hacer tocar con los dedos —lo que no quiere decir señalar con el dedo, “poner en el Índice”—, y hacer entrar en una taberna popular o en un campo de rugby, en un campo de golf o en un club privado a unas personas que, acostumbradas a hablar lo que creen pensar, no saben ya pensar lo que hablan.\*

Bourdieu, en la tradición durkheimiana, concibe los sistemas simbólicos como tales: taxonomías no determinadas, arbitrarias; estructuras estructurantes, en el sentido de que no reflejan ni representan una realidad, sino que ellas mismas estructuran esa realidad. Más aun, como en el modelo de lengua saussuriano, tales sistemas se construyen sobre la “diferencia” o la “distinción”. Sin embargo, Bourdieu critica el idealismo de la tradición saussuriana/durkheimiana al destacar que estos sistemas, si bien son arbitrarios en sí mismos, no son arbitrarios en cuanto a su función social. Esa función es la de representar, en forma engañosa, la estructura de las relaciones de clase. Los sistemas simbólicos representan las relaciones de clase, y en el mismo movimiento disfrazan esa representación porque su lógica es la de la “distinción”. Tanto en inglés como en francés, el doble sentido de esa palabra, término categorial y social a la vez, refleja especularmente la función del poder simbólico.

Entoneés, los sistemas simbólicos sirven para reforzar las relaciones de clase tal como están internalizadas en el habitus, puesto que, en el movimiento internalizante de apropiación, la lógica de tales sistemas confirma la lógica de la práctica en general (esto es, práctica determinada por la clase). La internalización de la lógica específica de los sistemas simbólicos —o, mejor dicho, del sistema simbólico, puesto que está unificado— confirma una escala, organizada jerárquicamente, de distinciones tales como raro/común, distinguido/vulgar, desinteresado/interesado, ausencia de necesidad/necesidad, etcétera.

Según Bourdieu, todas las sociedades se caracterizan por una lucha entre grupos y/o clases y fracciones de clase por maximizar sus intereses y así asegurar su reproducción. La formación social es concebida como una serie de campos jerárquicamente organizados; dentro de estos campos, los agentes humanos participan en luchas para maximizar su control sobre los recursos sociales específicos de un campo determinado —el campo intelectual, el campo educacional, el campo económico. La posición de un agente humano en un campo está determinada por la totalidad de las líneas de fuerza en ese campo. La lucha de clases por la producción y la distribución de los recursos materiales determina una estructura que organiza jerárquicamente los campos.

N. de las TT.: la traducción es nuestra.

(\*) Pierre Bourdieu, *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, p. 100.

el campo, que no puede ser reducido a un único conjunto de agentes aislados o a la suma de elementos meramente yuxtapuestos, está, como un campo magnético, compuesto de un sistema de líneas de poder. En otras palabras, los agentes o el sistema de agentes que lo constituyen pueden definirse como fuerzas que, por su existencia, oposición o combinación, determinan la estructura específica del campo en un momento dado. A su vez, cada uno de los agentes se define por su posición particular en el campo, de la cual derivan propiedades posicionales, que no pueden ser asimiladas a propiedades intrínsecas. (Bourdieu, 1971: 161)

En cada generación, los grupos y las clases sociales desarrollan y despliegan sus estrategias de lucha sobre la base de una herencia material, social y cultural que puede ser convertida en capital. Aunque el campo simbólico es un campo de lucha de clases y lo que está en juego es la legitimación o deslegitimación del poder, el campo simbólico tiende a legitimar un cierto estado de relaciones de clase mediante el mecanismo por el cual los sistemas simbólicos representan su equilibrio de fuerzas y su estructura jerárquica de una manera “eufemizada” y “desinteresada” (Bourdieu, 1977a: 159-97, y 1980).

Bourdieu trabaja también con un modelo de desarrollo histórico. A partir de su trabajo de campo antropológico con los kabyle en Argelia, sostiene que, en formaciones sociales pre-industriales (caracterizadas por una extensión espacial limitada, división del trabajo limitada y reproducción simple), no se puede separar lo material de lo simbólico, el modo de producción del modo de dominación. En estas sociedades, de bajo nivel de recursos materiales, el poder simbólico tiene una función económica directa; el modo privilegiado para el ejercicio del poder es la violencia simbólica, porque no serían aceptables las diferencias evidentes en el patrimonio. Más aun, las relaciones de poder tienen que ser reafirmadas constantemente en la interacción humana directa, ya que estas sociedades carecen de instituciones que permitan la objetivación del poder (como el mercado o la iglesia), o de instrumentos de objetivación asociados a estas instituciones (como la escritura). La reproducción simple no sería posible si se ejerciera abiertamente la fuerza, dado el alto costo en recursos materiales que tal ejercicio implica. Estas sociedades existen en un estado de Doxa, donde el sistema simbólico se da por hecho y es común a todos, porque existe como una lógica de la práctica implícita más que como un discurso explícito (Bourdieu, 1977a: 171-83).

Según Bourdieu, en un estadio posterior de desarrollo histórico, el desarrollo económico lleva al crecimiento de una esfera autónoma relacionada con el desarrollo de relaciones de intercambio. En este proceso, se quiebra el sometimiento de la Doxa y se crea una esfera simbólica relativamente autónoma que, al hacer más explícito el sistema simbólico, crea una lucha de clases entre la ortodoxia y la heterodoxia en la propia esfera. Al mismo tiempo, se conforma un grupo especializado de productores simbólicos que tienen interés en asegurarse el monopolio de los instrumentos de objetivación de la lucha simbólica, especialmente la escritura. Este interés los enfrenta a la clase económica dominante en una

lucha por "la jerarquización de la jerarquización". Paralelamente, este grupo especializado comparte con la clase económica dominante un interés en mantener la estructura total de las relaciones materiales de clase por dos razones: por un lado, el capital cultural debe ser, en última instancia, susceptible de ser transformado en capital económico; por el otro, la clase económica dominante requiere los servicios de los productores de bienes simbólicos para imponer y mantener la ortodoxia. Debido a este interés recíproco, el sistema simbólico tiende a reproducir un cierto estado de relaciones de clase. No obstante, una vez que ha surgido la heterodoxia, la conciencia política y la ciencia se vuelven posibles. A partir de este momento, la lucha de clases y su relación con la ciencia no pueden ser exorcizadas del campo simbólico.

Sin embargo, en una etapa de transición, la creación de una economía de mercado y del capitalismo competitivo llevó a un ejercicio más abierto del poder material de clase. Esto, a su vez, generó una oposición revolucionaria y reformista más abierta, por lo cual la clase dominante se vio obligada progresivamente a retomar el ejercicio del poder simbólico como el modo privilegiado de dominación.<sup>3</sup> Las modalidades específicas de esta etapa contemporánea, que tiene sus raíces en el siglo XIX, constituyen el centro de interés de los estudios actuales de Bourdieu. Los agentes humanos ingresan al campo de la lucha, esto es, la formación social, con un determinado capital heredado históricamente, tanto *cultural* (disposiciones y competencias incorporadas dentro del habitus) como *económico* (bienes materiales). Cada agente ingresa a la lucha con el objetivo de reproducir el capital de su grupo o, de ser posible, aumentarlo. A este fin, el agente busca estrategias de inversión, lo que implica elegir los subcampos y modos de intervención que ofrezcan beneficios mayores, puesto que uno de los objetivos de la lucha es el rédito que pueda obtenerse al invertir en un determinado campo (Bourdieu, 1977a: 171-97, 1975b, 1977d). Como dice Bourdieu, "toda práctica, incluso aquellas que pretenden ser desinteresadas o gratuitas, y por tanto no económicas, son prácticas económicas orientadas a la maximización del beneficio material o simbólico" (1977a: 183).

Esta lucha está determinada en última instancia por la lucha económica en el campo de las relaciones de clase. Si bien hay convertibilidad entre el capital cultural y económico en ambas direcciones (según diferentes tipos de cambio), es la convertibilidad del capital cultural en económico lo que lo define como capital y lo que determina la estructura global del campo social, porque el capital económico se transfiere con más facilidad de generación en generación y es, por lo tanto, un mecanismo de reproducción más eficiente. Es por esto que el sistema educativo juega un rol tan importante en la teoría de Bourdieu: el desarrollo de ese sistema como un sistema de certificación crea un mercado de capitales culturales dentro del cual los títulos actúan como si fueran dinero. Los certificados funcionan así, por un lado, como medio común, abstracto y

dentro del cual los títulos actúan como si fueran dinero. Los certificados funcionan así, por un lado, como medio común, abstracto y

<sup>3</sup> Para este modelo de desarrollo histórico, ver Bourdieu, 1977a: 183-9.

garantizado socialmente de intercambio entre capitales culturales; por otro, como intercambio entre el capital cultural y el mercado de trabajo en relación con el acceso al capital económico (Bourdieu, 1977a: 183-97).

La práctica cultural implica apropiación más que mero consumo. Si trazamos una analogía con el proceso de la alimentación, el acto de ingerir es meramente la condición necesaria para que se produzca el proceso de digestión que permite al organismo extraer los elementos que necesita para la reproducción física, y descartar el resto. En ciertas condiciones, no se producirá la digestión. Del mismo modo, aunque sea importante que la estratificación cultural esté parcialmente determinada por la distribución desigual del capital económico y, en consecuencia, de los bienes culturales (esto es, la clase trabajadora no puede pagar colecciones de pinturas, grandes bibliotecas privadas, visitas frecuentes al teatro y a la ópera, etcétera) en términos de la legitimación de las prácticas culturales, son más importantes aun los modos en que estas distinciones objetivas de clase se incorporan al habitus como disposiciones diferentes, actitudes diferentes hacia la cultura y habilidades diferentes en la utilización de objetos y prácticas culturales. Por esta razón, Bourdieu se ha concentrado en el análisis de los determinantes de clase que regulan usos y actitudes hacia prácticas culturales tan accesibles como las visitas a museos y la fotografía.<sup>4</sup>

El campo cultural funciona como índice y, por lo tanto, como refuerzo de las relaciones de clase por dos motivos. En primer lugar, un campo ocupado por objetos y prácticas con valor de uso mínimo es un campo en el cual la lucha está gobernada por una lógica pura de diferencia o distinción, una lógica pura de la posicionalidad. En segundo lugar, la creación artística, en tanto práctica social especial, definida por su diferencia y su distancia —más bien, su superioridad— respecto de la realidad material cotidiana, depende objetivamente de la ausencia de necesidad económica garantizada por la posesión burguesa de capital económico. Bourdieu sostiene que, para apropiarse de una obra de arte, antes es necesario contar con una disposición estética, esto es, un deseo internalizado de prestarse al juego del arte, de ver el mundo a la distancia, de aislar una serie de objetos y prácticas de la urgencia inmediata de la lucha por la reproducción social. Esta disposición es la expresión determinada, incorporada al habitus, de las condiciones de existencia de la clase dominante, la burguesía (1980: 11-96).

Además, se requieren competencias específicas, esto es, el conocimiento de los códigos que son específicos de una forma artística dada. Tales competencias no son innatas, sino que sólo pueden ser adquiridas si son inculcadas informalmente en el marco de la familia, o formalmente en la escuela. Bourdieu sostiene que los distintos modelos de consumo cultural están asociados a estos diferentes modos de adquisición de competencia cultural. Estos modos se oponen culturalmente, pero también respecto de una jerarquía social relacionada con la antigüedad del capital eco-

<sup>4</sup> Ver Bourdieu, 1968, 1980: 301-21. Para la relación entre la noción de competencia cultural y el rol político de las encuestas de opinión, ver Bourdieu 1979 y 1980.

nómico de la familia. La vieja burguesía adquiere su competencia cultural en la familia, de modo tal que ésta aparece como un don natural para discriminar correctamente. La nueva burguesía, por su parte, adquiere su competencia cultural en la escuela y, es por esto que se encuentra expuesta al desdén cultural y la inseguridad que habitualmente están reservadas al autodidacta, una inseguridad que la lleva a apegarse a las jerarquías de legitimación cultural. Los hijos de la vieja burguesía, en cambio, pueden expresar seguridad acerca de su gusto natural a través del desprecio por tales jerarquías y la legitimación de nuevas formas de práctica cultural, tales como el cine y el jazz.

Una de las principales formas de asegurar la convertibilidad del capital económico y cultural es mediante el control del tiempo, ese escaso recurso. Este control adopta dos formas. En primer lugar, la posibilidad de invertir económicamente en el tiempo destinado a la educación. Esta relación entre capital económico y cultural está reflejada en el modo diferencial en que las clases acceden a los diferentes niveles de educación y a los títulos que los acompañan. Tal acceso diferencial, a su vez, legitima la estratificación de la práctica cultural vinculada al nivel de educación alcanzado (por ejemplo, la lectura de periódicos). Pero, en segundo lugar, y este es un aspecto más original de su pensamiento, Bourdieu sostiene que el desarrollo de la práctica cultural en un sentido estrictamente artístico se ha caracterizado por maximizar la complejidad de la codificación —en términos cotidianos, el nivel de “dificultad”—, tanto a nivel textual como intertextual, con lo cual se requiere una esfera cada vez más amplia de referencia cultural, puesto que el arte remite, cada vez con más frecuencia, a otras obras de arte. Como consecuencia de este desarrollo se necesita una gran disponibilidad de tiempo de consumo para poder apropiarse del arte (por ejemplo, para ver películas desde el punto de vista de la teoría de *auteur* hace falta ver todas las películas de ese *auteur*). Puesto que las distintas clases, e incluso las fracciones de la clase dominante, no disponen del mismo tiempo de consumo cultural, tal desarrollo refuerza progresivamente las divisiones de clase, al tiempo que legitima esas divisiones tratando de “estúpidos”, “prosaicos”, etcétera, a quienes quedan excluidos del discurso cultural.

No obstante, la inversión de tiempo de consumo no es un absoluto gobernado simplemente por su disponibilidad. Puesto que el tiempo es siempre un recurso escaso, la decisión de invertir el tiempo en una modalidad dada de apropiación cultural dependerá de las relaciones de fuerza en un campo dado, lo que, a su vez, determinará los réditos que pueden esperarse de una inversión dada. Como en todos los campos de la práctica, esas expectativas están determinadas por el habitus. Así, por ejemplo, el hecho de que un agente elija cultivar competencias artísticas, literarias o musicales en general, en tanto opuestas a competencias deportivas o técnicas, dependerá de si el mercado está objetivamente abierto para la inversión de su capital, y de la tasación relativa de esas competencias en el mercado. Si alguien decide adquirir y movilizar en sus relaciones sociales el conoci-

miento del campo del fútbol o del arte europeo occidental, del *train spotting* o del cine de vanguardia —competencias, insistimos, que no es posible valorar jerárquicamente—, su decisión dependerá de tres factores: la herencia cultural o social con la que se ingresa a un determinado campo; los campos abiertos objetivamente a la inversión, dada la posición original de clase desde la cual se parte; y, finalmente, el peso relativo de los distintos campos (Bourdieu, 1975a, b, 1980).

Quizás sea posible adquirir rápidamente una competencia en crítica de cine, y movilizarla aun teniendo una oposición débil; pero, si uno ingresara al campo erudito de las bellas artes contando con un capital cultural pobre, estaría condenado a la marginalidad y al fracaso. En este contexto, por ejemplo, se vuelven relevantes las diferencias (de las que tanto se ha hablado recientemente) entre Gran Bretaña y algunos de sus competidores industriales, en cuanto a las diferencias en beneficios sociales y, por lo tanto, económicos que resultan de la inversión en competencias culturales, más que técnicas, hecha por un individuo y por una clase (Bourdieu, 1980: 68-101).

La lógica del campo cultural, entonces, opera de modo tal que crea, reproduce y legitima (reproduce porque legitima) un conjunto de relaciones de clase estructuradas alrededor de dos grandes divisiones: por un lado, la que existe entre las clases dominantes y dominadas, y, por otro, la división entre fracciones dominantes y dominadas en el seno de la clase dominante. Esta clase, equivalente, a grandes rasgos, a lo que se denomina clase de servicios en el estudio de Movilidad Social de Oxford (Halsey et al., 1979), está compuesta por quienes poseen grandes cantidades de capital económico y cultural, mientras que a la clase dominada pertenecen quienes poseen cantidades exiguas de ambos (Bourdieu se refiere a ellos unas veces como clase trabajadora—*classe ouvrière*— y otras como *les classes populaires*, que incluyen al campesinado como una clase aparte). La distinción primaria producida por la cultura dominante y las prácticas culturales que ésta legitima es la de cultura como todo lo que se diferencia y aleja de las experiencias y prácticas de la clase dominada, de todo lo que es “común”, “vulgar”, “popular”. Como reacción, en el nivel más profundo de ethos de clase, la clase dominada rechaza la cultura dominante en un movimiento de pura negación. Sin embargo, en esta reacción construyen, en un nivel implícito, lo que Bourdieu llama estética de la cultura de la necesidad. Se trata de una estética propia que relega la forma a expensas del tema y la función, que se rehúsa a juzgar las obras de arte o las prácticas culturales en sus propios términos, y las juzga, en cambio, según los valores sociales y éticos del ethos de clase, que valora la participación y la gratificación inmediata (sensual) a expensas de la contemplación desinteresada y distanciada (1980: 11-96). Bourdieu concibe su propia obra como parte de un esfuerzo esencialmente político por legitimar esta estética implícita contra todo formalismo actual (sea de derecha como de izquierda). Tal legitimación obra, por un lado, contra lo que él llama el racismo de clase, que rechaza el gusto de la clase trabajadora, considerándolo incapaz de ser redimido por la cultura; por el

otro, contra un populismo ingenuo que intenta asimilar ese gusto a las normas de la cultura legítima, al ver, por ejemplo, en los carteles de los mineros una obra de arte. En especial, Bourdieu es duro con los "deconstruccionistas" de izquierda; sus teorías y prácticas constituyen, según Bourdieu, la ideología más reciente y efectiva de quienes monopolizan el capital cultural (la fracción dominante de la clase dominante), ideologías que siempre sirven para reforzar el dominio de la clase dominante a través del no reconocimiento de la estructura de las relaciones de clase.

Se puede concebir el "distanciamiento" brechtiano como el movimiento de retirada por el que el intelectual afirma, en el corazón mismo del arte popular, su distancia frente al arte popular, una distancia que hace que el arte popular sea aceptable intelectualmente —esto es, aceptable para los intelectuales— y, en un nivel más profundo, su distancia frente a la gente, distancia presupuesta en esta exclusión de la gente por los intelectuales. (1980: 568) \*

Las dos fracciones en que está dividida la clase dominante se definen en términos del peso relativo de su patrimonio de capital cultural y económico. Bourdieu percibe un desarrollo histórico en el cual la clase dominante se ha dividido en dos grupos especializados: el dominante, a cargo de la reproducción material en la esfera de producción, y el dominado, a cargo de la legitimación de la reproducción material mediante el ejercicio del poder simbólico. Si bien los productores de bienes simbólicos siempre estarán, en última instancia, subordinados al capital económico —por razones que ya discutimos—, participan de una lucha contra la fracción dominante por la relativa legitimidad —y, en consecuencia, valor— del capital cultural, en tanto opuesto a capital económico. Es así que los intelectuales —en el sentido más amplio del término— siempre lucharán por maximizar la autonomía del campo cultural y por elevar el valor social de las competencias específicas implicadas, intentando que esas competencias sean cada vez más escasas. Es por esto que, aunque los intelectuales movilicen conceptos más amplios de democracia política o igualdad económica en el marco de su lucha contra el capital económico, siempre resistirán como cuerpo todo movimiento hacia la democracia cultural.

Los intelectuales, al destacar su "desinterés" —en el sentido de distancia de los valores materiales puros—, en realidad maximizan su interés, en términos de la convertibilidad posterior de su capital cultural en capital económico, o bien aseguran la reproducción de su capital cultural, en especial mediante el control del sistema educativo y, cada vez con más frecuencia, de la burocracia estatal en general. El problema que atañe a Bourdieu no es meramente el de establecer una relación determinada entre clase y apropiación cultural en un estado dado del campo de consumo cultural, o entre la producción cultural y la clase en un estado

dado del campo de la producción cultural. Se trata de un problema más difícil y complejo.

\* N. de las TT.: la traducción es nuestra.

Tanto en la teoría general de la práctica como en la teoría específica del poder simbólico, es necesario explicar cómo interactúan las prácticas libres y aparentemente autónomas de los agentes implicados en los dos diferentes campos, de modo tal que no sólo producen y reproducen los modelos de clase de una práctica cultural, sino que, al hacerlo, reproducen el conjunto dado de relaciones de clase en general.

Sobre la base de estudios detallados sobre los orígenes de clase, prácticas culturales e ideologías asociadas (esto es, teorías críticas) de intelectuales franceses de los siglos XIX y XX, y de los correspondientes patrones de consumo de la totalidad de la clase dominante, Bourdieu sostiene que la lucha entre fracciones adopta la forma de una lucha entre intelectuales por el dominio en su subcampo específico (por ejemplo, la pintura, la literatura, la ciencia social, el mundo académico, etcétera), y por el dominio de su subcampo en el campo intelectual en general. Esta lucha constante explica sociológica e históricamente ese proceso de renovación constante, o al menos cambio, que los formalistas rusos identificaron como el principio dinámico del arte mismo, la noción de "hacer nuevo". \* (Bourdieu, 1975a, b)

Así, quienes ingresan por primera vez, en especial las nuevas generaciones de potenciales productores simbólicos, se enfrentan a un campo en el que las posiciones dominantes ya han sido ocupadas. Esta jerarquía de dominio está determinada en última instancia por el mercado económico de bienes simbólicos establecido por la fracción dominante, y así, por la tasa a la que pueden convertirse diferentes formas de capital cultural en capital económico. Este campo está organizado en dos ejes. Uno de ellos se relaciona con la conversión directa del capital cultural en capital económico a través de una conversión inmediata en el mercado cultural —esto es, pintando cuadros para compradores ricos, escribiendo novelas u obras de teatro que atraigan a la fracción dominante, o ingresando a subdisciplinas que la fracción dominante tenga en gran estima y a las que, por lo tanto, dedique salarios altos, subsidios de investigación, asesorías, etcétera (esto es, la medicina y las ciencias naturales, más que las ciencias sociales o humanísticas; dentro de la medicina, la cirugía cardíaca más que la geriatría). Sin embargo, un éxito demasiado evidente en el mercado, o, peor aun, un deseo demasiado obvio de alcanzar ese éxito, produce la deslegitimación, debido a la lucha global entre los capitales económicos y culturales. El otro eje se refiere a la maximización del capital cultural, que traduce el principio que estructura el campo económico de clase (es decir, el patrimonio y la ausencia de necesidad que tal patrimonio representa) en rareza y pureza cultural. Siguiendo este eje, se le da más valor a la vanguardia que a los movimientos masivamente consagrados (arte burgués), a la ciencia pura que a la aplicada, a las bellas artes que a las gráficas, y, al menos hasta hace poco, a las tendencias políticas de izquierda que a las de derecha. (Bourdieu, 1971, 1975a, b, 1980: 68-101)

Enfrentados a este campo que tiene una

\* NT: *making new* en el original.

estructura específica y presenta diversas posibilidades de inversión, se encuentra un grupo de productores potenciales, también estructurados según las leyes de formación del habitus por las mismas relaciones de clase que estructuran el campo de la producción simbólica. En primer lugar, el ingreso al campo está regulado por las disposiciones resultantes de la estimación objetiva de la probabilidad de éxito según la clase de origen. Es así que es poco probable que un miembro de la clase trabajadora se vea a sí mismo como pintor o novelista (o, al menos, como pintor o novelista profesional); en cambio, es más probable que lo haga un miembro de la burguesía, porque una carrera de ese tipo requiere una inversión muy alta en capital cultural y esto implica, para un miembro de la clase trabajadora, una inversión demasiado alta en tiempo destinado a la educación para adquirir las competencias requeridas. No obstante, puesto que el éxito económico también exige la habilidad de ajustarse a la disposición para la apropiación cultural que rige para la burguesía (por ejemplo, los cirujanos, o directores de orquesta, o novelistas de éxito, o dramaturgos deben poseer atributos sociales objetivamente burgueses), un ingresante de la clase obrera se verá obligado a intentar maximizar los réditos del capital cultural adquirido. Es de este modo como los miembros de la clase dominada pueden ingresar a la clase dominante: eligiendo ingresar a campos que maximizan los réditos posibles al tiempo que minimizan los riesgos posibles.

La estrategia de maximizar el capital cultural es, sin embargo, costosa y de riesgo en términos económicos, puesto que exige, en los primeros años de práctica, un rechazo declarado a recibir un interés económico directo, y está orientada contra aquellos que ocupan las posiciones culturales más poderosas en el campo simbólico. Bourdieu afirma —en particular para el caso de Flaubert y el movimiento del arte por el arte— que la estrategia de maximizar el capital cultural, para ser viable, exige la pertenencia a la fracción dominante de la clase dominante, aunque a menudo se adopte la forma de radicalismo político y de oposición a la burguesía. En especial, rechaza el análisis psicológico que hace Sartre acerca del desarrollo artístico de Flaubert, con el argumento de que éste no puede explicar el hecho claramente sociológico de que todos los principales teóricos y seguidores del arte por el arte provenían de la burguesía de provincia. Esto los predisponía a desafiar las formas culturales dominantes de la burguesía parisina, pero al mismo tiempo todos ellos tenían medios propios para sostener una estrategia cultural no económica. También señala que la posición de hijo menor de Flaubert era típica, y que existe una estrategia coherente de clase que consiste en el uso del campo simbólico para asegurar una carrera acomodada y de prestigio para los hijos e hijas menores sin dilapidar el capital económico de la familia (similar a éste es el uso que hacía la aristocracia de las carreras eclesiástica y militar) (Bourdieu, 1975b). Según Bourdieu, una innovación a esta estrategia es el surgimiento de profesiones vinculadas a los medios y a industrias de servicios periféricos (restaurantes, tiendas de artesanías, clínicas de salud, etcétera). Este

fenómeno se relaciona con la necesidad —producida gracias a la democratización relativa de la educación— de crear nuevos puestos de trabajo para miembros de la antigua burguesía donde el capital cultural heredado (entendido como opuesto al adquirido) resulte en mayores beneficios. (Bourdieu, 1980: 415)

Tanto las presiones económicas directas como la inversión cultural necesaria para competir con éxito por el dominio cultural aseguran la tendencia a reproducirse, y a reproducir su control sobre la producción simbólica, que tiene la estructura de clase de la clase dominante. Esto es porque los que ingresan al campo poseen un habitus que los predispone a apoyar la ideología dominante. Es el caso de los miembros de la fracción dominante que acceden directamente a posiciones de poder, o de los miembros de la pequeña burguesía ascendente que se ven obligados a invertir su poco capital cultural, ganado con esfuerzo, en las posiciones menos favorecidas económicamente, que aseguran un rédito relativamente libre de riesgo pero demasiado bajo para la inversión realizada. Por otra parte, si se produce alguna oposición, se la traduce en términos de la lógica práctica de la lucha cultural, que valora la rareza y la distinción cultural con sus modalidades asociadas de apropiación cultural. Estas precisan de altos niveles de competencia y capital cultural; la clase dominada resulta, así, excluida objetivamente del consumo, al tiempo que se legitima la distinción de clase como distinción cultural.

La obra de Bourdieu nos sugiere diversos problemas. El primero, y más evidente, es la necesidad, en el marco de la teoría, de un trabajo comparativo que analice las semejanzas y las diferencias entre las historias de las estrategias de dominación y resistencia aplicadas por las clases dominantes y dominadas y entre fracciones de la clase dominante en Gran Bretaña y Francia.

Otro problema a investigar es el efecto que produce en el funcionamiento del poder simbólico la creciente intervención directa del capital económico en el campo de producción de los bienes simbólicos a través de las llamadas industrias culturales. Asimismo, habrá que estudiar de qué modo podría resultar afectado el campo de fuerzas en la lucha entre fracciones de la clase dominante, y esto en una situación en que los intereses económicos de la fracción dominante amenazan en forma directa los intereses culturales de la fracción dominada.

Surge también la cuestión de la posición política de Bourdieu. Di Maggio la ha caracterizado como la de un antropólogo durkheimiano más que como la de un revolucionario marxista, mientras que los marxistas franceses, a menudo blanco de sus ataques, lo han acusado de un pesimismo relativista. Si ser tan objetivo como es posible sobre las posibilidades de una gran transformación inmediata de la formación social del capitalismo avanzado es ser pesimista, entonces, en efecto, Bourdieu es pesimista. Ahora bien, debe destacarse que, a diferencia de muchos que criticarían su postura, está definitivamente comprometido con una teoría materialista de la lucha de clases y de la posición de la lucha simbólica en esa lucha más amplia. Más aun, y especialmente en *La Distinction*, pone de manifiesto

una virtud muy poco común en la izquierda: la valoración positiva y no paternalista de los valores culturales y las aspiraciones de la clase trabajadora, sin caer en un populismo ingenuo.

Finalmente, su teoría, aun cuando esté centrada en el problema del poder simbólico, puede ser utilizada para el análisis concreto de las contradicciones entre las condiciones sociales objetivas determinadas por el modo de producción y la conciencia y práctica de clases y fracciones de clases, contradicciones que podrían ofrecer la posibilidad concreta de la movilización y acción revolucionarias. No obstante, hay que admitir que parece haber un residuo funcionalista y determinista en el concepto de reproducción que propone Bourdieu (y esto se aprecia sobre todo en el tono, el matiz y la actitud), lo cual hace que ponga menos énfasis en las posibilidades de cambio e innovación reales que lo que su teoría o su investigación empírica requieren. Desde nuestro punto de vista, es necesario distinguir, dentro del proceso de reproducción, entre "réplica" y "reforma" (Williams, 1980). El concepto de reforma nos señala espacios abiertos en situaciones coyunturales en que la clase dominante se encuentra objetivamente debilitada, situaciones que ofrecen oportunidades reales para la innovación de la estructura social, para que ocurran desplazamientos en la estructura de poder en el campo de las relaciones de clase. Si bien no se trata de situaciones "revolucionarias" en el sentido clásico, poseen importancia histórica real y sustancial, y son objetivamente "revolucionarias" en un compás histórico más prolongado. Por ejemplo, Bourdieu parece referirse precisamente a estas posibilidades de reforma cuando analiza las contradicciones producidas por el estado actual de las relaciones de clase en el campo de la educación y el empleo en Francia. En este análisis sostiene que, como parte de un movimiento histórico más amplio hacia el uso del poder simbólico como modo privilegiado de dominación, la clase dominante ha venido reemplazando el capital económico por el cultural como modo privilegiado de acumulación (por ejemplo, obteniendo acceso privilegiado al poder económico a través del control de los puestos más altos del estado y de la burocracia económico-estatal; a su vez, este acceso está regulado por el acceso, igualmente privilegiado, a las instituciones dominantes de educación superior —las *Grandes Ecoles*). Dada la ineficiencia relativa —a menos que pueda ser reconvertido en capital económico— del capital cultural para los fines de la reproducción, tal reemplazo plantea un grave problema a las clases dominantes. Como resultado de la creciente "democratización" de la educación en respuesta a presiones reformistas —presiones a las que en parte había que ceder para retener el poder legitimador de la escolarización como mecanismo de reproducción— se elevaron las expectativas educativas de la clase trabajadora. Al mismo tiempo, y debido a la relación necesaria entre escuela y mercado de trabajo, crecieron las expectativas de obtener un mejor trabajo, asociado al nivel educativo alcanzado. Tales expectativas no son, ni podrían ser, satisfechas. Para que la escolarización sea la operación de jerarquización a través de la cual se mantiene el control de los nuevos centros de poder eco-

nómico y se legitima tal control, la clase dominante se ve objetivamente obligada a devaluar los títulos académicos. Paralelamente, el desarrollo objetivo en el campo de la producción material da lugar a la descapacitación masiva y a la proletarianización de sectores que tradicionalmente realizaban trabajo intelectual. Este problema, según algunos, ya está produciendo una estrategia de dominación que recurre a la violencia directa más que a la simbólica. No está claro en qué medida Bourdieu mismo llegaría a estas conclusiones a partir de sus análisis concretos (Bourdieu, 1980).

Por último, está el problema epistemológico de las condiciones sociales de la propia práctica intelectual de Bourdieu. Desde luego, esto se relaciona con el problema del cambio social, de la "reforma". Si la de Bourdieu es una intervención política progresista, como él indudablemente cree, preguntémosle si la estructura del campo simbólico, según su propia teoría, condena fatalmente esa intervención a la recuperación (*recuperation*) y a la futilidad; o si, por el contrario, hay condiciones en las cuales la lógica propia del campo simbólico puede producir contradicciones a nivel simbólico, de modo tal que ya no se reproduzcan ciertas relaciones de clase.

Extraído de GARNHAM, Nicholas: *Capitalism and Communication. Global Culture and Economies of Information*. Londres, Sage, 1994.

[Reescritura de "Bourdieu and the Sociology of Culture". En: *Media, Culture and Society*, Vol. II, 1980.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BARRET, M., CORRIGAN, P., KUHN, A., WOLFF, J. (eds.) (1979): *Ideology and Cultural Production*. Londres, Croom Helm.
- BOLTANSKI, L., BOURDIEU, P., CASTEL, R. y CHAMBOREDON, J. C. (1965): *Un Art Moyen: Essai sur les Usages Sociaux de la Photographie*; París, Editions de Minuit. (Hay traducción al español: *La fotografía, un arte intermedio*. México, Nueva Imagen, 1979).
- BOURDIEU, P. (1968): "Outline of a sociological theory of art perception", *International Journal of Social Science Research*, 20 (invierno): 59-612. (Hay traducción al español: "Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística". En: A. SILBERMAN Y OTROS. *Sociología del arte*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1971).
- BOURDIEU, P. (1971): "Champs de pouvoir, champ intellectuel et habitus de class", *Scolies*, 1. (Hay traducción al español: "Campo intelectual, campo del poder y habitus de clase". En: P. BOURDIEU, *Campo del poder y campo intelectual*. Buenos Aires, Folios, 1983).



- BOURDIEU, P. (1974): "The school as a conservative force: scholastic and natural inequalities". En: J. EGGLESTON (ed.) *Contemporary Research in the Sociology of Education*. Londres, Methuen. [También en R. DALE y otros (eds.) (1976) *Schooling and Capitalism*. Londres, Routledge.]
- BOURDIEU, P. (1975a): "The specificity of the scientific field and the social conditions of the progress of reason", *Social Science Information*, 14 (Dic.): 19-47.
- BOURDIEU, P. (1975b): "L'invention de la vie artistique". *Actes de la Recherche en Science Sociale (ARSS)*, 2, marzo.
- BOURDIEU, P. (1977a): *Outline of a Theory of Practice*. Trad. R. Nice. Cambridge, Cambridge University Press. (Edición original, 1972, *Esquisse d'une Théorie de la Pratique*. Ginebra, Droz).
- BOURDIEU, P. (1977b): "Symbolic Power", en D. Gleeson (ed.) *Identity and Structure*. Driffield, Nafferton Books, pp. 112-19. (También en *Critique of Anthropology*, 4 (13/14) 1979).
- BOURDIEU, P. y Passeron, J.-C. (1977c): *Reproduction in Education, Society and Culture*. Londres, Sage (Hay traducción al español: *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona, Laia, 1977).
- BOURDIEU, P. (1977d): "La production de la croyance: contribution à une économie des biens symboliques". *Actes de la Recherche en Science*, 13.
- BOURDIEU, P. (1980): *Distinction*. Harvard, Ma, Harvard University Press. (Hay traducción al español: *La distinción*. Madrid, Taurus, 1988).
- BOURDIEU, P., DARBEL, A. y SCHAPPER, D. (1966): *L'amour et l'art: les musées d'art européens et leur public*. París, Editions de Minuit.
- GARNHAM, N. (1979): "Subjectivity, ideology, class and historical materialism". *Screen*, 20(1).
- HALSEY, A. H., HEATH, A. F. y RIDGE, J.M. (1980): *Origins and Destinations*. 2 vols. Oxford, Clarendon Press.
- THOMPSON, E. P. (1978): *The Poverty of Theory*. Londres, Merlin. (Hay traducción al español: *Miseria de la teoría*, Barcelona, Crítica, 1981).
- WILLIAMS, R. (1977): *Marxism and Literature*. Londres, Oxford University Press. (Hay traducción al español: *Marxismo y literatura*, Barcelona, Ediciones Península, 1980).
- WILLIAMS, R. (1980): *Culture*. Londres, Fontana. (Hay traducción al español: *Cultura*, Barcelona, Paidós, 1982).

## Masotta, Jacoby, Verón: Un arte de los medios de comunicación de masas

ANA LONGONI y MARIANO MESTMAN

En los años '60, diversas tendencias de experimentación plástica vinculan, de distintos modos, los medios masivos a sus producciones artísticas. Muchas veces se recuerdan en ese sentido algunas realizaciones vinculadas al "pop art" y ciertos happenings o ambientaciones realizados en el Instituto Di Tella. Permanece más oculta la iniciativa, mucho más radical, de un núcleo de artistas y teóricos que se proponen la creación de un "nuevo género" que denominan "arte de los medios de comunicación de masas" (a partir de ahora: arte de los medios). Aunque se trata de un intento fugaz, cristalizado en pocas obras, involucra una aguda reflexión tanto de miembros del grupo creador, como de algunos intelectuales que acompañan desde cerca este proceso, como Oscar Masotta y Eliseo Verón.

Aquí nos proponemos recuperar esta experiencia, insertarla en la trama cultural en la que la experimentación vanguardista tiene lugar, y ubicar su relación con las teorías de la comunicación social que circulaban entonces.

### I. EL DI TELLA Y EL CIRCUITO "MODERNIZADOR" DEL CAMPO ARTISTICO

"Durante algo más de tres meses recorrimos ateliers y caminamos repetidamente una zona de Buenos Aires: el área delimitada entre M. T. de Alvear, Lavalle, Carlos Pellegrini y Reconquista. Esta zona ha adquirido características que la harían merecedora de un estudio a la manera de los realizados sobre Greenwich Village o Montparnasse".

(Slemenson y Kratochwill, 1967)

La renovación de la actividad cultural, iniciada en nuestro país en la segunda mitad de la década del '50, tiene como marco político la proscripción del peronismo y la expansión de la utopía desarrollista, y se expresa en la ampliación y diversificación inédita de la producción cultural, la intensificación de los debates intelectuales, la incorporación de nuevos paradigmas, la aparición y difusión masiva de publicaciones. Una nueva generación de intelectuales y artistas acompaña y promueve esta ola renovadora, aunque la recepción que hicieron de las mutaciones culturales no fue unánimemente favorable.

Los cambios culturales se manifiestan también en el surgimiento de nuevas instituciones y formaciones que lideran la dinámica transformadora en diversos ámbitos. En el campo artístico se constituye un circuito institucional "modernizador", dentro del que el Instituto Di Tella representa un espacio significativo que alberga y alienta diversos proyectos renovadores. El Instituto, que inaugura en 1963 el edificio en la calle Florida donde funcionaron sus centros de arte, que le valieron una repercusión pública considerable, es parte de una trama localizada en la ciudad, en la que se concentran otros centros de la renovación cultural, como la Facultad de Filosofía y Letras (UBA), EUDEBA, galerías, librerías, cineclubs y bares, como el Moderno y el Cotto, que no pueden dejar de mencionarse al reconstruir los ámbitos de encuentro y polémica en los que se genera un clima propicio para alentar la experimentación.

La estrategia consciente del Di Tella propicia la ampliación del público de arte, la "puesta al día" con las nuevas tendencias artísticas internacionales, y la promoción de las nuevas camadas de jóvenes artistas locales.

Los rasgos de la vanguardia plástica de los '60 incluyen una acelerada experimentación, que vuelve caduca cualquier propuesta a poco de empezar a transitarla, y una radical búsqueda de la fusión de arte y vida. Estos jóvenes artistas transitan por opciones estéticas variadas, que van desde el informalismo hasta manifestaciones luego clasificadas por la crítica como arte pop, minimalismo, conceptualismo, etcétera. Incorporan a sus obras materiales no tradicionales, efímeros, "innobles"; abandonan los formatos habituales para explorar la expansión de la obra en el ambiente, pasan a la construcción de objetos, para llegar a experiencias multigenéricas y crecientemente desmaterializadas, vinculadas al espectáculo (ambientaciones, happenings, acciones).

Muchas veces se asocian en un sentido de pertenencia el Di Tella y la vanguardia artística de los '60. Es indudable que tuvieron una articulación muy intensa (productiva y también conflictiva), pero el Instituto actuó como impulsor y dinamizador de tendencias experimentales que ya venían desarrollándose y que, en todo caso, lo excedían.

Las críticas a su actividad no sólo vinieron desde el circuito tradicional del arte, los gobiernos autoritarios y la derecha. También desde la izquierda se lo acusaba de embarcarse en un ritmo frenético, esclavizado a las modas internacionales; de estar condicionado por los fondos provenientes de fundaciones extranjeras; de propiciar una distorsionada visión de Buenos Aires como centro cultural internacional; de originar una vanguardia frívola y elitista.

## II. 1966 : ARTE POP, HAPPENING Y ARTE DE LOS MEDIOS

"En este momento, después de que explotó la primera bomba en Hiroshima, diría yo, ningún intelectual puede perder el tiempo haciendo full time en la confección de happenings, mientras las dos terceras partes de la población mundial (...) están muriéndose o padeciendo de hambre".

(Gregorio Klimovsky, diciembre de 1966)

Hacia mediados de la década del '60 el *arte pop* aparece en Buenos Aires y, especialmente, en esa peculiar zona de la ciudad concentrada en los alrededores del Di Tella. La emergencia de un grupo de artistas cuya producción se emparentaba con ciertas búsquedas estéticas que la crítica etiquetó como "pop", coincide con la recepción local del pop internacional a través de significativas visitas, muestras y espectáculos. Entre mayo y junio de 1966 se realiza en el Di Tella la muestra "11 artistas pop: La Nueva Imagen", en la que se exponen obras de prestigiosas figuras como D'Arcangelo, Dine, Lichtenstein y Warhol, entre otros. Ese mismo año, la selección de artistas convocados para el Premio Nacional del Di Tella incluye a varios integrantes del grupo "pop", como Dalila Puzzovio, Carlos Squirru, Edgardo Giménez, Juan Stoppani y Susana Salgado. El jurado que decidió otorgar el primer premio a esta última y el segundo a la Puzzovio, estaba integrado, junto a Romero Brest, director del Centro de Artes Visuales del Instituto, nada menos que por Lawrence Alloway y Otto Hahn, dos entusiastas críticos del arte pop. Alloway sentenció, luego del dictamen: "Buenos Aires es ahora uno de los más vigorosos centros 'pop' del mundo" (citado en King, 1985: 115). Esta profusa actividad estuvo acompañada por una intensa difusión teórica. Como solía hacer, en 1966 Romero Brest dictó conferencias referidas al pop, y en septiembre del año anterior, Oscar Masotta había abordado en el mismo ámbito el fenómeno en una serie de charlas sobre "Arte Pop y Semántica". Este intelectual acompañaría, desde la producción teórica, la promoción e incluso la realización de obras, la experimentación de un sector de la vanguardia plástica en los años sucesivos.

En 1966 aparecen también en los medios de prensa numerosos comentarios sobre la expansión del *happening* en Buenos Aires. Sus antecedentes inmediatos se remontan a 1964 cuando un grupo de artistas de vanguardia (Puzzovio, Santantonín, Ciordia, Cancela, Mesejean, Squirru, Giménez y Berni, con música de Rondano) realiza "La Muerte" en la galería Lirolay. En el mismo año, Marta Minujin organiza otros dos happenings: uno, en un estadio de la ciudad de Montevideo y otro, transmitido por el Canal 7 de televisión.

Este nuevo género, que trabaja con formas abiertas y fluidas, sin comienzo ni fin estructurados, implica una "síntesis interdisciplinaria" (Marchán Fiz, 1988). Su genealogía puede rastrearse tanto desde el estallido de las formas y los espacios teatrales convencionales como desde la progresiva desmaterialización de la obra plástica (a partir del procedimiento del collage, y el pasaje al assemblage y a

la ambientación). Se trata de experiencias efímeras y discontinuas que ponen en evidencia su inadecuación al marco de las instituciones culturales tradicionales.

El happening ocupó parte importante de la atención del Di Tella en 1966: su catálogo de actividades registra la organización de happenings de Minujin, Masotta y "el equipo de Roberto Jacoby". En el primer caso se trata de "Simultaneidad en simultaneidad", realizado en Buenos Aires al mismo tiempo que acciones organizadas por Allan Kaprow en Nueva York y Wolf Vostell en Berlín. Masotta realizó el suyo en noviembre, y lo caracterizó poco después como "un acto de sadismo social explicitado" (1967: 173). Como en el caso del pop, una conferencia de Masotta y otra de Alicia Páez se detuvieron en el fenómeno. También visitaron la ciudad dos grandes realizadores del género: Allan Kaprow y Jean-Jacques Lebel, quien incluso realizó un happening en las salas del Di Tella.

Si la intención del happening como manifestación vanguardista era provocar un shock en el espectador y un trastocamiento de los lugares y los tiempos en la recepción convencional de la obra de arte (Lebel, 1967: 37), lo cierto es que pronto la prensa creó una "moda" en torno al nuevo género. Por eso es importante distinguir las intenciones de los artistas del sentido escandaloso y frívolo que se le adjudica al término en la prensa masiva. Ese sentido trivializado del happening aparece asociado a la recepción escandalosa de ciertas experiencias realizadas en el Di Tella, en especial dos ambientaciones presentadas en 1965 por Marta Minujin: "El Batacazo" y "La Menesunda" (esta última en colaboración con Rubén Santantonín). "Lo veían como un desperdicio de dinero, disparatado, escandaloso, incomprendible", dice King (1985:137).

Como sostiene el mismo autor esta repercusión negativa se asentaba más en la idea que la "opinión pública" tenía del Instituto a partir del sentido que el happening asumía en los medios masivos, que en la producción efectiva de obras y experiencias, que fue realmente muy limitada, a pesar de que Buenos Aires fuera "consagrada" esta vez por Kaprow como una "ciudad de happenistas".

Es sin duda en relación con esa imagen —que trasciende a Minujin para involucrar la faz pública del Di Tella— que debe leerse la crítica de Klimovsky citada en el epígrafe, en el marco de la reacción de ciertas zonas del campo intelectual, atravesadas en esos años por el compromiso sartreano y la emergente organicidad gramsciana.

Poco después Masotta (1967) responde a las críticas de Klimovsky, y comenta la repercusión del golpe militar del '66 sobre un ambicioso proyecto suyo que buscaba introducir el happening en Buenos Aires —para lo cual había comprometido a un conjunto de artistas e intelectuales, así como de galeristas y museos—. Al respecto sostiene que su decisión de suspender ese plan se debió en parte al temor frente al "brote de puritanismo y de persecución policial", pero también por resultarle "un poco vergonzoso, en medio de la gravedad de la situación política, hacer 'happenings'" (1967: 170). Arrepentido poco después de haber

tomado esa decisión, señala la falsedad de la alternativa "o bien happenings o bien política de izquierda", pues considera que se trata de dos términos que no pertenecen al mismo nivel de hechos. Asimismo, Masotta considera que Klimovsky es presa del "fenómeno de crecimiento de la palabra happening en los medios"; es decir, del sentido distorsionado que adquiriría el término en ellos. y en esta discusión es importante notar el peso que tiene en la empresa masottiana la disputa por el sentido de la propia actividad de experimentación, por la recuperación de su carga crítica y revulsiva.<sup>1</sup>

Pero, en su perspectiva, el "mito" del happening ya había sido construido por los medios de comunicación, y era difícil recuperar el potencial utópico que buscaba ubicarlo como género total, que fusionara todos los demás e insertara el arte en la praxis vital. Al evidenciarse estas limitaciones, empieza a gestarse un nuevo género que en ese mismo año 1966 emerge como alternativa: *el arte de los medios de comunicación de masas*.

Evidentemente el hecho de que el '66 sea el año de la consagración del "pop" en el Di Tella, de mayor realización de happenings y de emergencia del arte de los medios, sólo puede comprenderse en un período signado por una renovación vertiginosa de la experimentación, en la que la novedad adquiriría un valor singular.

Si el golpe militar encabezado por Juan Carlos Onganía afectó inmediatamente algunas zonas del campo in-telectual, como la vinculada a la Universidad, en el campo artístico, en cambio, no se dejó sentir tan pronto. Incluso entre 1966 y 1967 se registró, por ejemplo, la mayor concurrencia de público en las actividades del Di Tella. Aun así, la censura y la represión se incrementarían poco a poco, para terminar presionando hacia un lugar de oposición a un sector de la vanguardia plástica, como se pone de manifiesto en 1968. En ese año un núcleo significativo de estos artistas (entre ellos Jacoby) se propone fusionar la intervención artística y la política, y Masotta hablará explícitamente de la posibilidad de confluencia entre "praxis revolucionaria" y "praxis estética" (cfr. Longoni y Mestman, 1994).<sup>2</sup>

1 El libro *Happenings* se orienta en esa dirección. El prólogo de Masotta presenta el problema del "boom" del término. El artículo de Alicia Páez sistematiza las teorías existentes y se justifica a partir de la ambigüedad creada en torno al término en los medios. A esto se refiere el artículo de Madela Ezcurra, que habla de una "deformación abusiva" del tema.

2 Ya en 1966 puede rastrearse una creciente "tensión hacia la política" (Fantoni, 1990) en la muestra colectiva "Homenaje al Vietnam". Esta denuncia del accionar imperialista reunió alrededor de 200 plásticos de un amplio espectro estético y político, desde Ricardo Carpani, que venía trabajando con los sindicatos, o León Ferrari —uno de sus organizadores—, cuya obra de 1965 "La civilización occidental y cristiana" (Giunta, 1994) puede considerarse un primer antecedente de "politización", hasta Marta Minujin.

### III. EL "ANTI-HAPPENING" COMO OBRA FUNDACIONAL

"Un arte de objetos que tal vez no estemos todavía en condiciones de imaginar, pero cuya materia no sea física sino social y cuya forma esté construida por transformación sistemática de estructuras de la comunicación. Objetos, en suma, que será difícil de conservar en museos para las generaciones posteriores".

(E. Verón, *El Mundo*, 30/10/66).

Si bien es evidente el intento de sus creadores y teóricos de constituir al arte de los medios en el nuevo género artístico de vanguardia (cfr. Masotta, 1969: 242-4), es más difícil establecer con precisión cuáles son las obras que abarca, sus alcances y límites. Podríamos tomar para aproximarnos a sus planteos la experiencia conocida como "Happening de la participación total", o "Happening para un jabalí difunto", o —más sintéticamente— el "anti-happening" (1966), de cuya realización formó parte un manifiesto del grupo creador (Roberto Jacoby, Eduardo Costa y Raúl Escari), que permite leerla como obra fundacional.<sup>3</sup>

A partir de un informe falso entregado a la prensa, en el que se describía y documentaba la realización de un happening que nunca ocurrió, los autores se proponían desencadenar un circuito de información que cambiase "el lugar del momento de la creación de la obra, situándolo dentro de los medios de comunicación". Para ello pusieron en juego diversas técnicas ("tomadas de las relaciones públicas") que les permitirían alcanzar la difusión del "hecho" en la prensa. En el informe se incluían desde fotografías de personajes reconocidos, vinculados al ambiente artístico renovador de esos años, en las que simulaban estar participando en el happening, hasta una serie de explicaciones construidas a partir de ideas "mitificadas", como la referida al carácter participativo y experimental del género.

El objeto de esta construcción era lograr que los periodistas difundiesen la información sobre el happening falso como si hubiese existido. La obra culminaría con la aparición en los medios de artículos aclaratorios de la falsedad del informe, y una vez que se hubieran registrado las reacciones del público ante la aclaración del "engaño".

¿Cuál era la intención de los artistas con este circuito de engaño-desmentida inscripto en los medios? ¿Poner en evidencia la falsedad de la información que circula en ellos? Se trata de algo más complejo, que es necesario analizar en el marco de las tendencias experimentales y las teorías de la comunicación que circulaban en esos años.

Los artistas parten de la idea de que en la sociedad de masas el público se informa de los fenómenos culturales por los medios masivos y, en este sentido, más que los hechos artísticos en sí, "sólo importa la imagen que (de ellos) construye el medio de comunicación" (Manifiesto). Fren-

<sup>3</sup> El arte de los medios incluye otras obras como la del contestador automático (cfr. entrevista a Jacoby).

te a esto si el arte pop tomaba objetos, temas y técnicas de la cultura masiva, el nuevo género se propone "constituir la obra en el interior de dichos medios". En "Contra el happening" (1967), texto que buscaba precisar los objetivos de la obra y más en general del nuevo género, Jacoby señalaba: "para el artista pop es posible contemplar los productos culturales masivos como bellos, pero a través de una mediación: el medio estético. En contraposición a esta idea pienso que los medios de comunicación de masas poseen una materialidad susceptible de ser elaborada estéticamente". Para ello consideraba que había que tener en cuenta los "nuevos modos de percibir y de actuar" de los medios, ya que, "el arte de los medios de comunicación de masas exige que, colocados en su interior, los artistas, si hemos de llamarlos así, descubran su funcionamiento y sus técnicas".

En esta última idea puede rastrearse la búsqueda de mecanismos para *alcanzar un público más amplio*, lo que es un rasgo común en varias tendencias experimentales que planteaban el abandono de los museos y galerías y la salida del arte a la calle. Aunque aquí, además, se trata de involucrarse en un circuito masivo y, en este sentido, Jacoby se refería a una creciente toma de conciencia de los artistas respecto de la separación entre los valores de una cultura de élites y otra de masas.

Al mismo tiempo la experiencia propone la **descentralización del proceso creador**, que se inscribe en la tendencia al rechazo de la figura del artista individual para involucrar una instancia colectiva y al propio espectador. En esta obra en particular, aun haciendo referencia a una triple creación (informe falso, transmisión y recepción), la propuesta privilegia el circuito que desencadena la información falsa: "La creación consiste en dejar librada su constitución a su transmisión". (Manifiesto)

En cuanto al espectador/receptor, el lugar de éste en el nuevo género varía significativamente respecto del happening. Pero si bien ya no se lo involucra de la misma manera en la obra, permanece la idea de *revolucionar la relación clásica entre obra y espectador*. Así, al mismo tiempo que en el Manifiesto se incluía al espectador como una de las instancias creativas de la obra ("construye... el espesor de una realidad inexistente que él imagina verdadera"), Jacoby (1967) se refería al lugar central de la función conativa en el mensaje estético: "No se tratará ya, seguramente, de expresar las emociones del artista ni de 'mostrar la realidad' sino de actuar sobre el receptor, de 'hacer hacer'".

Por otra parte, en el marco de la apertura de la noción de obra (a la que había contribuido centralmente el happening), se acentúa la *tendencia a la desmaterialización*,<sup>4</sup> que alude a la desaparición del objeto físico y su reemplazo por una materialidad de otro orden (imaginaria).<sup>5</sup> En este sentido, la materia del arte de los medios se presenta como "mucho más social que física", como observaron, aun con variantes, Masotta, Jacoby y Verón. Para los tres la materia recibe

<sup>4</sup> En "Después del Pop: nosotros desmaterializamos", Masotta (1969) remite al constructivista ruso El Lissitzky en el uso de la noción de desmaterialización de la obra de arte.

<sup>5</sup> Esto también implica una toma de distancia respecto de la concepción de la obra como mercancía.

un tratamiento distinto que en el happening, pero si para Verón no existía una oposición radical entre ambos géneros —aun cuando se registrase una diferencia importante referida al “... nivel de organización de los sistemas sociales cuya materialidad sirve de base a las obras”—,<sup>6</sup> para Masotta y Jacoby esa diferencia ocupa un lugar más importante. En “Contra el happening”, recuperando la zona más crítica de la vanguardia, Jacoby insistía en el carácter “mítico” del happening y explicitaba el intento desmitificador de la obra: “Lo comunicado fue la paradoja entre las características del happening (falta de mediaciones, comunicación directa con objetos y personas, corta distancia entre espectador y espectáculo) y las grandes mediaciones respecto de los objetos y los acontecimientos, la no participación real del receptor, es decir, las características que impone la prensa masiva como medio de comunicación. (...) De esa suerte, lo que a primera vista podría parecer un happening, se convertía en un verdadero anti-happening por las relaciones que creaba con los objetos”.

Masotta observó esta diferencia de manera similar, haciendo hincapié en el carácter “inmaterial”, “aunque no por eso menos concreto” de las obras del nuevo género (1967: 11). El mismo organizó un ciclo en el Di Tella en el cual, a través de la realización de un happening, una “obra comunicacional” y una conferencia explicativa, buscaba mostrar las características distintivas de las operaciones y de las “materias” de cada tendencia, a partir de su contraposición.

En este sentido, si a comienzos de 1967 —en esa suerte de práctica clasificatoria que recorre sus artículos de esos años— Masotta presenta como problema la cuestión de la distinción entre happening y arte de los medios,<sup>7</sup> poco después —intentando separar la asociación que existía entre su nombre y el happening— sostiene: “mi posición consiste en afirmar que en el interior mismo del happening existía algo que dejaba entrever ya la posibilidad de su propia negación, y que por lo mismo la vanguardia se constituye hoy sobre un nuevo tipo, un nuevo género de obras (...): (el) ‘Arte de los medios de comunicación de masas’. (1969; 244).

<sup>6</sup> El happening operaría “en el ámbito de la acción interpersonal y su campo de objetos”, mientras el arte de los medios, “en el plano, mucho más global, de la comunicación de masas” (“La obra”; 7/8).

<sup>7</sup> Masotta (1967; 11) señalaba que tanto Jacoby y su grupo como Minujin consideraban que los happenings pertenecían al pasado y se colocaban “más allá” de ese género. Incluso Minujin denominaba “señal de ambientación” (y no happening) a su obra “Simultaneidad en Simultaneidad”.

#### IV. ARTE DE LOS MEDIOS Y TEORIAS DE LA COMUNICACION

“Lo que había en nuestro trabajo de fundamental es algo más complicado: un juego con la realidad de las cosas y la irrealidad de la información, con la realidad de la información y la irrealidad de las cosas, con la materialización, por obra de los medios de información masivos, de hechos imaginarios, el de un imaginario construido sobre un imaginario; el juego de construir una imagen mítica y el trabajo de buscar la adhesión imaginante de la audiencia para tirarla abajo y dejarle sólo ‘el espectáculo de su propia conciencia engañada’”.

Jacoby: “Contra el Happening”

Como dijimos, puede percibirse en ciertas expresiones ligadas al “pop”, en algunos happenings y en el arte de los medios, el impacto de la expansión y desarrollo internacional y local de los medios masivos durante la década del '60. Si en agosto de 1967, prologando *El “pop-art”*, Masotta consideraba que las conferencias del '65 publicadas allí quedaban incompletas por no abordar “la correlación entre artes visuales y la extensión moderna de los medios de información”, en *Happenings* (1967) la reflexión sobre esa cuestión ocupa un lugar central.

Allí puede observarse como los artistas que experimentaban en torno a los medios encontraban un referente “teórico” común en Marshall McLuhan. En este sentido el slogan “el medio es el mensaje” y la noción de “ambientación” están presentes tanto en “Simultaneidad en Simultaneidad” de Minujin, como en las reflexiones de Jacoby y Masotta, quien consideraba a McLuhan como “el ideólogo más actual”, rescatando el poder de sugerencia de sus tesis y su “virtud de colocarnos en el centro mismo de los problemas del arte más contemporáneo” (1967; 52-53). Aun cuando Masotta incluía en su reflexión estética otros aportes como los provenientes del estructuralismo, la semiología y más en general de las teorías del lenguaje o de la información, y establecía reparos respecto de los alcances de las tesis de McLuhan —por una audacia desproporcionada y cierta vulgarización—, las mismas ocupan un lugar importante en sus análisis, en algunos momentos sugiriendo una articulación con esos otros aportes.

Desde la sociología, Eliseo Verón —vinculado al Centro de Investigaciones Sociales del Di Tella— cuando reflexiona sobre estas obras, lo hace con una distancia mucho mayor respecto del teórico canadiense. Verón (1969: 15-16) le cuestionaba ser un divulgador, uno “de los principales elaboradores de la mitología sobre la comunicación de masas”, y explicitaba las razones de la exclusión de McLuhan de su compilación de los aportes que desde la investigación y la teoría confluían por esos años en el interés por la comunicación social.<sup>8</sup>

Verón tuvo un papel relevante en la in-

<sup>8</sup> Entre esos aportes, reseñaba los de la lingüística y la antropología estructural, la semiología, la teoría de la información, la cibernética, la semántica, la pragmática, el análisis de las ideologías, los estudios de interacción personal, etcétera. (Verón, 1969).

roducción en el ámbito académico de autores y líneas teóricas que aportaron a la renovación de las ciencias sociales en la década del '60, entre los que podría señalarse el estructuralismo, los estudios de la Escuela de Palo Alto (en particular de Bateson) y la semiología (cfr. Rivera, 1987: 26-46), y hacia 1966 tomó contacto con la experimentación realizada en los Centros de Arte del Di Tella.

Aun cuando su interés era más sociológico que artístico, en un artículo inédito (titulado "La obra") centrado en el "anti-happening", busca precisar los alcances de la teoría de la información en el análisis estético. Las funciones del lenguaje de Jakobson, por ejemplo, le permiten "derivar una tipología muy simple de géneros o clases de obras estéticas, que puede ser aplicado, naturalmente, más allá de las obras de arte creadas sobre la materia lingüística en sentido estricto". Así, Verón piensa que el lugar asumido por la función poética en el desarrollo de las artes plásticas puede traducirse en la puesta "al desnudo" de las propiedades de la materialidad de la obra, lo que lo lleva a considerar al happening como "una poética de la acción social", y sostener que el trabajo sobre los medios abre la posibilidad de una "poética de los medios masivos".

Más allá de esta aproximación al análisis del fenómeno estético desde las teorías de la comunicación —búsqueda que también encontramos en Masotta (1967: 57)— el centro de su interés sociológico radica en la posibilidad de reflexionar sobre diversas propiedades de la comunicación de masas a partir de las transformaciones realizadas por la prensa en la gacetilla entregada por los artistas. Desde allí intenta aproximarse a una caracterización más general de algunas "reglas de transformación" de los medios masivos, a partir de la observación de las operaciones realizadas por éstos en la modificación de un campo semántico inicial inscripto en el primer informe ("La obra"; 18).<sup>9</sup> Por otra parte, el aporte específico que reconoce en la obra de los medios es la "puesta en manifiesto" de las estructuras de significación presentes en la comunicación de masas. En este sentido, en una nota publicada en el diario *El Mundo*, rescata la ruptura de la superestructura informativa que produce la obra, utilizando mecanismos internos a la misma y generando "la imagen insólita de los medios de comunicación de masas funcionando en el vacío".

Tal vez el elemento central que pone en juego esta obra es la posibilidad de pensar a los medios masivos ya no reflejando o representando una realidad, sino creándola. Así, Jacoby señala —como se lee en el epígrafe— que su intención era más compleja que la mera denuncia del hecho de que la prensa engaña o deforma, lo que considera obvio y de sentido común.<sup>10</sup> En esa dirección, Verón sostiene: "El problema de la deformación que un medio puede introducir al referirse a un hecho de la vida social, y el problema de que el medio hable de algo imaginario

9 En esos días, Verón desarrolló este tipo de análisis en otra investigación sobre el tratamiento por los medios de prensa de un hecho de violencia política (cfr. Verón 1969).

10 Aquí podría rastrearse la presencia de elementos de la teoría de la manipulación y, más en general, de la mirada frankfurtiana sobre la industria cultural, aunque la propia intervención en los medios los distancia de su zona más apocalíptica.

(‘creando sus propios objetos’), son pues dos cuestiones completamente distintas" ("La obra"; 9). Y en otro lugar, precisa: "En esta experiencia (los medios) se muestran como un universo cerrado, que no describe ni deforma, puesto que aparecen como un lenguaje que crea sus propios objetos" (*El Mundo*, 30/10/66).

Ahora bien, si desde hoy la idea de los medios como constructores de la realidad aparece como anticipatoria de reflexiones posteriores, ubicándonos en esos años las nociones involucradas en el arte de los medios podían surgir —como sostiene Jacoby (cfr. entrevista)— de una "especie de licuadora". En el marco de la expansión de los medios masivos, se mezclan, por un lado las "sugerencias" de McLuhan que cobran singular importancia; por otro, el análisis del mito de Barthes (citado explícitamente en "Contra el Happening"), que aparece como un fantasma que recorre la obra: en primer lugar porque la misma se plantea tomar el "mito" del happening —para la elaboración del (falso) informe— y desmitificarlo en el sentido barthesiano. También porque la idea de "mito" se extiende a los propios medios estéticos, que terminarían "naturalizándose".<sup>11</sup> Por último, porque en la "tematización de los medios como medios", en la búsqueda de aproximaciones e intervenciones (desde el arte, desde las ciencias sociales) sobre la estructura de funcionamiento de los medios masivos, puede leerse la apuesta radical de una zona de la crítica cultural de esos años, desmitificadora —en este caso— de esa instancia fundamental en la constitución de los procesos de significación contemporáneos: la "superestructura informativa".

## V. A MODO DE EPILOGO

Cuando estos artistas e intelectuales emprenden una búsqueda explícita y consciente de intervención en los medios, su reflexión teórica funciona como una de las condiciones productivas de su praxis estética. En el caso de Masotta, esto se observa en su apoyo a las nuevas expresiones de la vanguardia, construyendo las condiciones para su difusión (ya sea a través de ciclos de conferencias o de publicaciones), en una suerte de autogeneración de un soporte crítico o, mejor, teórico.<sup>12</sup> En este sentido, sus reflexiones sobre el pop, así como su protagonismo y el de Jacoby en la experimentación con el happening y el arte de los medios, los ubican en una zona poco habitual: un lugar de cruce productivo entre la experimentación y la teoría social y estética, que ellos mismos concebían como conflictivo, difícil de clasificar e "intranquilizador" para los cánones vigentes en el campo artístico y cultural.<sup>13</sup>

11 Aquí se lee un antecedente de la denuncia que dos años después llevaría al sector más radicalizado de la vanguardia plástica a romper con la "institución arte" (cfr. Longoni y Mestman, 1994).

12 Esto permite pensarlo como "crítico propio" de la vanguardia, ya que intenta paliar la incompreensión de la que acusa a la mayor parte de los críticos de arte frente a las manifestaciones de aquella y la labor del Di Tella (King 1985: 55-56 y 124).

13 Véase: Masotta, 1967. También, entrevista a Jacoby.

**Roberto Jacoby:****FRAGMENTOS DE UNA ENTREVISTA. Julio de 1993**

(...) Durante los "años masottianos" hice obras que no se conocen mucho, como la obra para contestador automático: se pegaron stickers de papel que yo repararía para que los pegaran en baños, colectivos, estaciones, en todos lados. Eran cartelitos con dos fotos, una mía y otra de la que era mi novia en aquella época, y un número de teléfono, que nos prestaba el Di Tella. No existían contestadores automáticos en el mercado; había grabadores y teléfonos. Cuando llamaban, se ponía en funcionamiento una cinta, mediante un mecanismo que había hecho un amigo mío, físico, y se escuchaba: "usted ha visto un cartel con las fotos de un hombre y una mujer y un número de teléfono. Al llamar ha desencadenado un circuito de comunicación. Este circuito no informa sobre nada, va a durar treinta segundos más y después usted quedará otra vez solo consigo mismo...", etcétera. Se creaba así un circuito de comunicación no localizable. Ese es un ejemplo de las obras de los medios, obras que no están en ningún lugar, en las que pasa algo que te desestructura en algún punto.

(...) Eramos del Di Tella en ese sentido: por ahí nos prestaban un teléfono, pero no es que venía Romero Brest y nos decía: "¿Por qué no hacen una obra sobre los medios de comunicación? ¿Por qué no hacen algo nuevo?". Es imposible. Si a Romero se le hubieran ocurrido esas ideas, las hubiera hecho él. Si me dicen que eso se lo atribuyen a Masotta, que promovía el cambio constante, por su trayectoria es más creíble. Pero siempre pesa la distinción entre crítico y artista, que es tan sagrada en esta sociedad: si sos crítico no podés ser artista y si sos artista no podés ser crítico, porque si no está bien definido tu lugar, ¿cuál es la legitimidad que te constituye? Te vas a la mierda en los dos lados. Fue lo que le pasó a Masotta, o a mí, porque alteramos los lugares legítimos reconocidos en el campo intelectual, para decirlo bourdieuanamente.

(...) Respecto a lo que impacta en nosotros en esos años, me parece que es una especie de licuadora. No sé cuál es el proceso exacto, es muy difícil de determinar. Una mezcla de cosas, un conjunto de lecturas; un tipo de lecturas: Barthes, McLuhan, este y el otro. Pero también una experiencia personal con las obras mismas.

(...) Mirando para atrás me doy cuenta por qué el arte de los medios quedó encapsulado. Aparte de que las ideas sean utópicas, o absurdas, o malas, es llamativo el hecho de que hayan quedado en una especie de limbo, como flotando, porque nadie las recogió. Todas esas ideas sobre la importancia de los medios de comunicación tienen una significación política indudable. Toda la gente que hacía política después no lo pensó, no hacían política pensando que existían los medios de comunicación. (...) No es que no se plantearan el uso de la comunicación, sino que no se dieran cuenta del alcance, de la dimensión, de la construcción del acontecimiento, de la construcción de política en los medios masivos, de cómo los medios masivos generan los acontecimientos, determinan los comportamientos de la gente, conforman la realidad. (...) ¿Por qué nadie la tomó en ese momento? El arte larga cosas que si las observás te sirven para la vida, te hacen entender, ver fenómenos diferentes, que no habías pensado.

**BIBLIOGRAFIA Y DOCUMENTOS CITADOS**

- BARTHES, Roland: *Mitologías*. Siglo XXI, 1970 (1957).
- BÜRGER, Peter: *Teoría de la vanguardia*. Madrid, Península, 1987 (1974).
- FANTONI, Guillermo: "Tensiones hacia la política: del Homenaje al Viet-nam a la antibienal". Revista *SiSi*, N° 2, verano de 1990.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor: *La producción simbólica*. México, Siglo XXI, 1979.
- GIUNTA, Andrea: "La civilización occidental y cristiana y la política del montaje". Buenos Aires, mimeo, 1994; 19 pp.
- HERRERA, María José y ORNANI, Carla: "El arte y los medios de comunicación". En *Artinf*, N° 84, 1993.
- HERRERA, María José: "La experimentación con los medios masivos de comunicación en el arte argentino de la década del sesenta: el 'happening para un jabalí difunto'". En *El arte entre lo público y lo privado*. Buenos Aires, CAIA, 1995.
- JACOBY, Roberto: "Contra el happening". En Masotta, 1967; pp. 123-131.
- JACOBY, R., COSTA, E. y ESCARI, R.: "Un arte de los medios de comunicación" [manifiesto]. En MASOTTA, 1967.
- KING, John: *El Di Tella y el desarrollo cultural argentino en la década del sesenta*. Buenos Aires, Ed. Gaglianone, 1985.
- KLIMOVSKY, Gregorio: "El papel de las ideologías en la comunicación social" (diciembre de 1966) en RODRÍGUEZ BUSTAMANTE (comp.): *Los intelectuales argentinos y su sociedad*, Buenos Aires, Ed. Libera, 1967.
- LEBEL, Jean-Jacques: *El Happening*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1967.
- LONGONI, Ana y MESTMAN, Mariano: "Tucumán Arde, una experiencia de arte de vanguardia, comunicación y política en los años '60". *Causas y Azares*, N° 1, 1994.
- MARCHÁN FIZ, Simón: *Del arte objetual al arte de concepto*. Madrid, Akal, 1988.
- MASOTTA, Oscar: *Happenings*. Buenos Aires, Jorge Alvarez, 1967.
- MASOTTA, Oscar: "Después del pop: nosotros desmaterializamos". En *Conciencia y estructura*. Buenos Aires, Corregidor, 1990 (1969).
- OTEIZA, Enrique: "La vanguardia artística y el Di Tella". En PIZARRO, Ana (coord.): *Modernidad, posmodernidad y vanguardia*. Santiago de Chile, Fundación Huidobro, 1995.
- RIVERA, Jorge: *La investigación en comunicación social en Argentina*. Buenos Aires, Puntosur, 1987.
- SLEMENSON, MARTA R. F. de y KRATOCHWILL, Germán: "Un movimiento plástico de vanguardia en Buenos Aires. Sus creadores, sus difusores y su público", Buenos Aires, julio de 1967.
- VERÓN, Eliseo: "La obra". Inédito. Buenos Aires, 13/5/1967; 18 págs.
- VERÓN, Eliseo: "Comunicación de masas". En MASOTTA, 1967; (Nota de El Mundo, 30/10/66).
- VERÓN, Eliseo: "Un happening de los medios masivos: notas para un análisis semántico". En MASOTTA, 1967.
- VERÓN, Eliseo (comp.): *Lenguaje y comunicación social*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1969.

## Comunicación alternativa: encuentros y desencuentros

CARLOS RODRIGUEZ ESPERON y ERNESTO LAMAS

Entre las muchas ausencias que caracterizaron los últimos encuentros y congresos de investigadores y/o profesionales en el campo de la comunicación, se destaca llamativamente la eliminación de los temas y problemáticas referidos a la comunicación alternativa. Cuando el problema de la transformación social, uno de los pilares en los cuales se asienta todo proyecto que se asuma como alternativo, parecía haber quedado en el olvido, mientras el eje de las discusiones pasa principalmente por la integración al mercado (ver *Causas y Azares* nro. 2), tres reuniones realizadas durante el mes de Agosto incluyeron en sus agendas la comunicación alternativa.

Ellos fueron el encuentro de la revista "América Libre", realizado en la Facultad de Filosofía y Letras, el Congreso de Radios comunitarias y populares, que con el objetivo de refundar la federación que las agrupa se llevó a cabo en el anfiteatro "Eva Perón" de ATE, y las Terceras Jornadas Universitarias "La radio de fin de siglo" —Por el arte de escuchar—, efectuadas en la ciudad de Paraná.

Tanto en la Facultad de Filosofía (UBA) como en Paraná, la reflexión sobre comunicación alternativa ocupó un espacio periférico respecto a los problemas centrales que motivaron cada una de las convocatorias. El primero, centrado en las perspectivas de intervención política de las izquierdas latinoamericanas, convocó a debatir sobre comunicación alternativa en una mesa paralela al foro central, hecho que si bien puede molestar, ya que restó participantes a la discusión, nos habla a las claras de algo que muchos protagonistas de los medios autodenominados alternativos parecen haber olvidado, el problema de la transformación social es ante todo un problema de construcción política en el cual los medios de comunicación alternativa deben ocupar el lugar de *medios para*.

No podemos dejar de plantear que, en el marco de este debate, volvió a manifestarse la dificultad de la izquierda para afrontar el problema de las comunicaciones en general y de la comunicación alternativa en particular. Lo que relega a los medios al lugar de instrumentos adaptables, visión cargada de utilitarismo que se traduce en una marcada impotencia al momento de diseñar políticas comunicacionales.

Claudia  
Bulaievsky

Comunicación visual  
Diseño gráfico editorial  
Promoción de eventos

Tel: 831.2514 / 785.5886

### Editorial Biblos

Filosofía / Historia / Ciencias Sociales

JOSÉ MARTÍ  
El presidio político en Cuba. Último  
diario y otros textos.  
(Edición y estudio)

TORCUATO S. D. T.

que si las observás te sirven para la vida, te hacen entender, ver fenómenos diferentes, que no habías pensado.



En cambio en Paraná el tema excluyente fue la radio y una de las comisiones de debate y conclusiones fue la de la comunicación alternativa desde el medio radiofónico.

Sobre la reunión de radios comunitarias en ATE, podríamos decir que el tema sobrevoló todo el encuentro, pero no hubo ningún espacio decididamente abocado a reflexionar sobre el mismo. El Congreso convocó a más de cien personas de todo el país, todos realizadores efectivos y autorreconocidos como participantes de desarrollos alternativos en el campo de la comunicación, más específicamente en el ámbito radiofónico, quienes durante dos días se concentraron en discutir sobre los problemas que le son comunes (financiamiento, equipamiento técnico, situación legal), pero que en ningún momento dedicaron un espacio a reflexionar sobre su práctica.

### TRES PONENCIAS DIVERGENTES

En un encuentro donde el análisis de la comunicación alternativa quedó relegado a un segundo plano en relación al diagnóstico de los movimientos transformadores en América Latina, los panelistas complementaron sus ponencias, en un acuerdo nunca conversado (que los emparenta a los participantes del Congreso Nacional de las Radios populares y comunitarias), por el cual no existió en esta mesa, debates de fondo sobre la comunicación alternativa, aunque una lectura minuciosa de los planteos permiten advertir diferencias importantes.

Este gesto puede leerse como una característica de la etapa, en la que investigadores y protagonistas de experiencias de comunicación alternativa, eligen el camino del consenso o al menos de la escucha, sin discusiones profundas, en reserva a atentar todavía más, contra un concepto bastardeado o ninguneado según el caso.

Así observamos distintos grados de análisis, reflexión e incluso propuesta, en las ponencias de Ronald Grebe (de la cadena radiofónica ERBOL de Bolivia), Carlos Mangone (profesor universitario y codirector de *Causas y Azares*) y Washington Uranga (periodista, profesor universitario y director del centro de capacitación La Cruzía).

Grebe realizó una descripción de la cadena que dirige, remitiéndose a experiencias concretas, anécdotas y citas de autores latinoamericanos. La falta de profundidad en el análisis de la crisis de las radios mineras bolivianas y la ponderación de los usos de la lengua nativa como expresión de comunicación alternativa, restaron rigurosidad en el análisis de lo propuesto por el título —poco claro por cierto— de la mesa en cuestión “Comunicación alternativa en América Latina, presente y perspectivas”.

Grebe explicó las etapas del desarrollo de las radios que participan de la cadena ERBOL, destacando que “los indígenas fueron llegando a las radios con re-

clamos, conjuntos musicales, danzas y canciones y lograron la transformación de las emisoras en instrumentos identificados con el pueblo y dedicados a servirlo. Por eso ahora esas radios entienden a las emisoras no como algo en sí sino como un instrumento de trabajo inmerso en una realidad sociopolítica; lo que interesa es comunicar y establecer diálogos enriquecedores con las personas que día a día escriben la historia del entorno donde llegan las frecuencias de las emisoras de ERBOL. Si al principio las radios se dedicaban a enseñar a leer y escribir a la gente, como si esta actividad fuera suficiente para motivarlos, ahora primero se motiva a la persona a luchar por cambiar su situación a través de actividades comunes”.

Carlos Mangone a su turno introdujo junto al concepto de comunicación alternativa el papel de la vanguardia en ese proceso, señalando que “si uno tuviese que describir al pasar paradigmas extracomunicacionales que influyeron en el estudio, práctica y análisis de la alternativa en América Latina, se encuentra con teorías globales como el marxismo clásico para la denuncia de la injusticia social, teorías más puntualmente políticas como el leninismo y su concepto de vanguardia, la teoría de la dependencia, la teología de la liberación (una reformulación comunicacional al interior de un espacio determinado); también la teoría de los movimientos sociales, la teoría de los aparatos ideológicos de Althusser, la teoría —no definida como tal— del intelectual orgánico de Gramsci, la nueva pedagogía de Freire, y finalmente quizás, la teoría de la democracia (si se puede llamar así en el lenguaje de los politólogos) que gobernó la transición de las dictaduras en el cono sur de América Latina. Si uno al enumerar, repasa algún elemento común de todas estas teorías extracomunicacionales se va a dar cuenta de que hay un aspecto muy fuerte de lo vanguardista, de la iniciativa, de la concientización; quizás en un momento de América Latina eso se llamó extensión”.

Afirmó más adelante la falta de autonomía que sufre la comunicación alternativa, tanto en lo político como en su dependencia de las oscilaciones producidas en las teorías culturales y comunicacionales, agregando que “al plantear que la comunicación alternativa no tiene autonomía política, planteo al mismo tiempo que no tiene futuro si no se relaciona con un proyecto político revolucionario”.

Washington Uranga, en cambio, expresó su preocupación acerca de las rigideces que pueden matar proyectos de comunicación alternativa, tomando específicamente el caso de Argentina: “las radios comunitarias y /o populares representan un espacio genuino de lo alternativo, y no debería pedírseles alineaciones innecesarias, encuadramientos estéticos u organizacionales que apunten mas allá de garantizar su defensa o su propia subsistencia”. Desde este punto de vista, “lo alternativo puede entenderse como un lugar y como una perspectiva. Un lugar autoconstituido por personas, por grupos, por fuerzas antisistema que, aún en la incertidumbre de lo que está por venir, aportan sus praxis, sus esfuerzos, sus ideas creativas, para generar y consolidar un modo de relación distinto

entre seres humanos y que implica una manera diferente de construir lo social, lo político y lo cultural al margen de la lógica del poder hegemónico”.

Uno de los problemas que continúa abierto y que de alguna manera implícita estuvo presente en las ponencias, es el de analizar las distintas experiencias en función de un supuesto “grado” de alternatividad. De aceptar esta posibilidad los parámetros que definirán ese grado estarían en relación directa con la etapa política, social y cultural de una sociedad determinada. Faltaría entonces definir en qué etapa se encuentra nuestro país (¿derrota, repliegue, acumulación, transición, acción?), al momento de caracterizar una experiencia como alternativa o no.

El debate posterior entre los asistentes giró alrededor de los mismos planteos presentados, se formularon preguntas abiertas que quedaron sin respuestas y se repitió la tendencia a no debatir con planteos firmes que conllevaran riesgos de ruptura.

## JORNADAS PARADOJICAS

Plagadas de paradojas, las Terceras Jornadas Universitarias “la radio de fin de siglo” —por el arte de escuchar—, se constituyeron en un encuentro de casi los mismos profesores, estudiantes, graduados e investigadores de Comunicación Social de todo el país, además de unos pocos trabajadores de la radio y protagonistas de experiencias de comunicación alternativa, que vienen participando de estos encuentros desde hace tres años.

En las ciudades de General Roca en 1993, en Olavarría en 1994 y la que nos ocupa en Paraná, las Jornadas Nacionales intentaron escalar algunos peldaños en lo que a reflexión sobre el medio radio se refiere.

Estas jornadas no lograron superar la buena voluntad de sus organizadores y se repitieron esquemas de ponencia y debate con pretensión de conclusiones finales, casi sin movilidad entre los panelistas invitados año tras año, con el impedimento de voz y voto para los estudiantes presentes (ya que “ellos tienen sus propios encuentros”, se explicó) y con una sensación sobrevolando todas las jornadas, de prejuicios mutuos entre investigadores y protagonistas directos de trabajos radiofónicos alternativos y no alternativos, en una disputa por encontrar la respuesta a qué es más importante, si la práctica o lo que la academia diga de ella, lo que transforma “el arte de escuchar” en una complaciente autoescucha.

La investigación del fenómeno mediático tiene desde hace décadas a la radio como objeto de estudio a la cola de los ensayos, publicaciones y encuentros de análisis y debate. Sin embargo como contrapartida, en la investigación sobre comunicación alternativa, es la radio como instrumento mediático, la que está a la vanguardia en lo que a investigación académica y publicaciones se refiere. Es-

tas jornadas quizás hayan sido la excepción y el análisis de la comunicación alternativa quedó desplazado a un segundo lugar por el intercambio en torno a la estética y el sonido radiofónico, además de una serie de relatos-ponencias acerca de experiencias concretas de comunicación radiofónica.

Entre las ponencias dedicadas a la comunicación alternativa, la del profesor Ricardo Haye, se preocupó por introducir el debate acerca de la relación entre forma y contenido. “El desafío actual de la comunicación que deseamos (llámese como cada uno quiera), continúa siendo el de incentivar procesos de identificación de la realidad”, dijo en acuerdo con algunos participantes que sugirieron “abolir” el concepto de comunicación alternativa.

Y agregó que “la promoción del pensamiento crítico debe ir estrechamente vinculada con el fomento del pensamiento solidario” (...) “No habrá sentido alternativo si el mensaje no avanza hacia la construcción de nuevas relaciones sociales, menos inequitativas y más fraternas; ganosas de justicia y basadas en el respeto de los anhelos comunitarios de promoción social.”

## EL CONSENSO DESEADO

Lejos parece haber quedado la reunión de radios comunitarias de 1990 en el Centro Cultural Gral. San Martín de la cual, entre otras cosas, surgió una propuesta de definición de radio comunitaria, un anteproyecto de estatuto para la federación que en ese momento se conformaba y una fuerte declaración política que reclamaba la urgente legalización de las radios comunitarias a partir de, por un lado, el rol social desempeñado por las mismas, y por otro, el derecho a la libre expresión establecido por nuestra vapuleada y reformada constitución.

La falta de definiciones políticas es uno de los hechos más llamativos de este último encuentro, más si tenemos en cuenta que uno de los objetivos principales era la reconstitución de la federación. Sin una postura política clara, la formación de una entidad a nivel nacional corre el riesgo de transformarse en una mutual de radios comunitarias, encargada de obtener ciertos beneficios para el conjunto de sus asociados (publicidades importantes, equipamiento más barato, asesoramiento legal, etcétera.).

No pretendemos menospreciar estas tareas, por el contrario, las consideramos muy importantes ya que apuntan a la efectiva consolidación de proyectos de base comunitaria. El haber dejado de lado estos problemas durante tanto tiempo es una de las causas de la actual desarticulación del movimiento de radios comunitarias; muchas emisoras quedaron abandonadas a su suerte y algunas, arrasadas por la tormenta neoliberal, ya son sólo un recuerdo. Pero es necesario señalar que una pregunta fundamental queda sin responder, ¿por qué es importante que existan radios comunitarias? La respuesta debe exceder la retórica tradicional, una serie de frases que de tan repetidas han perdido contenido; es necesario re-

definir políticamente el lugar de este tipo de radios en nuestra sociedad y a partir de allí ver si se las puede articular en un proyecto común.

Uno de los radioemisores presente en ATE reconoció que la principal dificultad a la hora de discutir políticamente es la gran heterogeneidad sobre la que se asienta este relanzamiento de la federación, sosteniendo que es preferible posponer la definición de las grandes líneas hasta tanto se consolide la organización, lo que motiva una nueva pregunta: ¿no se estará poniendo el carro delante del caballo? Está bien unirse y empujar todos juntos, pero ¿para dónde?

La mayoría de los asistentes al encuentro coincidieron en reivindicar su idea transformadora de la sociedad, su acción contrahegemónica, su intención primigenia de posibilitar el acceso a la palabra a los marginados de siempre pero sin vocación marginal. Podríamos decir que su visión de la radio se acerca a la de contrainstitución y la federación vendría a ser la red necesaria que permita establecerse como alternativa real, en la medida que los productores comiencen a integrarse; a partir de la construcción de redes de intercambio, de producción, de servicios, estarían dadas las condiciones para que se asiente un proyecto alternativo de carácter transformador. Las definiciones políticas claras serán las que llenen de contenido estos discursos y los separen del palabrerío general. Posponer hoy la discusión política por miedo a fracturar una incipiente organización, no significa resolver las posibles contradicciones que se detectan en el interior de la misma, es sólo prolongar en el tiempo la detonación; llegado el momento no podrá eludirse la confrontación de proyectos y el miedo de hoy puede ser el derumbe de mañana.

Las radios comunitarias han debido enfrentar, a lo largo de últimos diez años, infinidad de problemas que las han obligado a replantear ciertas concepciones que en un momento se esgrimían como las banderas irrenunciables de una comunicación que se entendiera como alternativa, participatoria y democrática. Temas como la estética, los recursos económicos, la acción política, el trabajo social, las radios como fuentes de trabajo, son algunos de los problemas que surgieron cuando aquellos proyectos originales debieron avanzar y desarrollarse en el cambiante marco sociopolítico que atravesó nuestro país en los últimos años.

## EL PROBLEMA DEL AUTOFINANCIAMIENTO

La búsqueda de recursos económicos que permitan la subsistencia de la radio aparece como el problema más importante a resolver por las emisoras comunitarias. Cierta concepción purista que caracterizó el debate dentro de las radios hace unos años atrás, referida al cobro o no de los espacios y la venta de tandas publicitarias, parece haber quedado atrás. Como ejemplo de lo que fue en nuestro país este debate puede verse lo que sucede actualmente en el Uruguay,

donde están apareciendo las primeras radios de este tipo, planteando con firmeza su postura contraria a la emisión de publicidad y venta de espacios. Estas dos formas de financiamiento se presentan como las más efectivas a la hora de conseguir fondos en este marco latinoamericano, signado por la paulatina desaparición de los subsidios, habida cuenta del desvío realizado hacia Europa Oriental y África por las Agencias de Cooperación europeas y de América del Norte.

El problema se plantea a la hora de pensar una estructura empresaria para emprendimientos que no tienen un fin de lucro: cómo conciliar una estrategia de mercado adecuada con la ética, sustentada en una idea de transformación, que dio origen a los distintos proyectos. Dentro de qué límites se puede negociar sin que eso implique el suicidio de estas experiencias. La gran mayoría de los protagonistas de estas radios comunitarias aceptan la necesidad de competir en el mercado como una situación de hecho motivada por el ahogo económico. Pocos son los que han logrado crear otras formas de financiamiento, como por ejemplo la constitución de clubes de oyentes cuyos socios abonan una cuota mensual para el sostén de la emisora.

La idea que sustenta esta necesidad de intervención competitiva en el mercado es expresada por Washington Uranga de la siguiente forma: "quienes en América Latina siguen dispuestos a producir otra comunicación, alejada de los centros de poder dominantes, asumen que para que su discurso y práctica resulten eficaces, tienen que codearse con el éxito y que ello va de la mano con la masividad de la propuesta, con un alto nivel de profesionalismo y con la excelencia en la gestión empresarial y comercial".<sup>1</sup>

En el encuentro realizado en ATE, que sirvió para el relanzamiento a nivel nacional de FARCO, uno de los puntos acordados fue el referido a la unión de las radios en un solo grupo a los fines de poder conseguir publicidad de grandes anunciantes. Así una sola entidad podrá negociar y ofrecer los servicios de una gran cantidad de emisoras que cubren la totalidad del país. Esta idea ya fue implementada, durante la década del '80, por un grupo de radios libres italianas, las que llegaron a fundar una agencia publicitaria para producir los spots necesarios y luego distribuirlos entre todas las emisoras.

A la hora de analizar la viabilidad de esta propuesta, sería importante tener en cuenta las características particulares del mercado publicitario argentino, que siempre operó como un importante factor de presión sobre los contenidos emitidos por los medios de comunicación, chantajeando sin ningún rubor a los responsables de los mismos, amenazándolos con retirar su apoyo económico si sus "sugerencias" no eran aceptadas. No observar este dato sería pecar de ingenuos, y si a esto sumamos que la decisión de eludir la discusión política se asienta sobre la heterogeneidad de las radios agrupadas en la federación, nos sentimos motivados para plantear el siguiente interrogante: ¿qué sucedería si algunas emisoras estuvieran dispuestas a modificar su discurso o no tocar

<sup>1</sup> Uranga Washington, *Página/12*, Suplemento Futuro, 1º de Agosto de 1992.

ciertos temas a cambio de mantener el apoyo económico y otras no. Al no existir una línea política común, cualquier radioemisor está en todo su derecho de reivindicar su más absoluta libertad de emisión. El trabajo sería pensar cómo lograr que las gestiones llevadas adelante por la federación en el campo publicitario no entren en contradicción con los intereses particulares de sus asociados, motivando quizás un conflicto insuperable.

A partir de esta situación sería interesante tratar de pensar cuál es el espacio de la comunicación alternativa en relación al mercado, ya que parece surgir una paradoja. Dentro de esta visión que plantea aceptar las reglas de juego que impone el mercado, estaría subyacente la idea de que el mismo es un ente abstracto, con reglas propias, la famosa mano invisible independiente de los sujetos que lo conforman, de tal manera que puede albergar en su interior, y dar impulso, a proyectos motorizados por un sentido de transformación de relaciones sociales injustas, muchas de ellas motivadas por el mismo mercado.

### EL PROBLEMA ESTETICO

La urgencia de intervención social, la efervescencia política de los comienzos, el anhelo de contribuir a la consolidación de una democracia realmente participativa, hizo que muchas radios desdeñaran la problemática del campo estético, llegando incluso a asociarse lo comunitario con lo rudimentario o desprolijo, al tiempo que se privilegiaba la emisión de contenidos y el libre acceso al micrófono. Estos dos últimos puntos parecían contraponerse con la idea de una acción profesional ligada a la producción más específicamente radial del medio, acción sostenida con énfasis por quienes reclamaban una mayor capacitación y profesionalización de los participantes más activos en la gestión radiofónica.

Hoy la preocupación por los aspectos estéticos es planteada por los protagonistas en relación directa con la captación de audiencia y la generación de recursos económicos, en una visión signada por la necesidad de competir en el mercado de bienes simbólicos. Se parte de un hecho básico, casi de sentido común, el oyente está educado en la recepción de ciertos formatos radiofónicos impuestos por años de exposición a los productos de las grandes emisoras. Debido a esto, al acercarse a una radio comunitaria, encuentra un tipo de emisión desprolija, descuidada de las formas, con un estilo de argumentación más próximo a la tradición escrita, alejado de los recursos propios del medio, que lo lleva a cambiar de emisora. A esto habría que sumar las modificaciones producidas en las situaciones de recepción desde hace muchos años. La radio comienza a ocupar el lugar de "acompañante" de otras actividades, se ha abandonado el ritual de escucha que la emparentaba con los tradicionales fogones, todos reunidos alrededor de la caja mágica, con la atención puesta en las voces que de ella emanaban (una parte del éxito de los radioteatros en su momento y de su casi actual inexistencia,

habría que atribuírselo a esta relación que se establecía con el medio). En cambio, hoy la radio es el walkman, está en el automóvil y en el trabajo, mientras se estudia y se viaja, lo que determina un tipo de escucha fragmentada y desatenta. La radio comunitaria, en esta nueva visión que la motiva a competir con las grandes radios, se encuentra peleando con recursos de otras épocas.

Esta idea se refuerza con las palabras de José Ignacio López Vigil, director de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) para América Latina, quien dice que "hay que aprender de los medios comerciales, de cómo ellos han vendido sus ideologías, su champú, su espagueti, aprender de toda esa forma para poder hacer pasar nuestros mensajes".<sup>2</sup> No se puede resolver el problema estético con la simple apelación a los modelos exitosos impuestos por las grandes radios, sin correr el riesgo de caer en otra de las tantas formas de reproducción del sistema.

Muchos son los que hoy intentan poner en práctica esta idea de López Vigil, sin ningún tipo de reflexión sobre los formatos radiofónicos, sin observar que los mismos son una construcción histórico-social y como tal también deben ser puestos en cuestión por aquellos que aspiran a transformar una sociedad.

Los análisis realizados sobre la situación de la prensa durante el gobierno de la Unidad Popular en Chile planteaban que "contenidos revolucionarios necesitan formas revolucionarias"; sería más adecuado plantear que más que formas revolucionarias lo que existen son "usos revolucionarios de las formas". Sobre esto hay un debate pendiente, ya que aceptar las reglas de juego del sistema radiofónico, manejando los mismos parámetros para determinar el éxito, implica el peligro de la pérdida del sentido político de las experiencias alternativas.

### EL PROBLEMA DE LA INTERVENCIÓN SOCIAL

En su origen muchas radios comunitarias se destacaron por autoconcebirse como un instrumento de acción política, visión que se relacionaba estrechamente con la decadencia del modo de intervención político partidario que dominó históricamente el imaginario sobre la participación para el cambio.

La idea que presenta a la radio comunitaria como espacio de articulación y organización de propuestas y personas vinculadas a partir de un proyecto de transformación social parece comenzar a perder peso, proceso que nos acerca al modelo inglés en el cual la radio comunitaria se limita a ser un medio que sirve para la difusión de los hechos locales que no llegan a los grandes medios. Podríamos decir que la idea de servicio público, ya expulsada de la órbita estatal en la actual coyuntura de privatización salvaje, comienza a convertirse en hegemónica dentro del ámbito de las radios comunitarias. Por supuesto que esta idea no es nueva, ya se encontraba enunciada dentro de los ocho puntos que

<sup>2</sup> López Vigil, José Ignacio, entrevista realizada por la revista *Contratexto* N° 6, Julio 1992, Lima, Perú.

el congreso de FARCO de 1990 consideró que alcanzaban para definir a una radio comunitaria y al mismo tiempo es uno de los argumentos que se esgrimen para fundamentar su legalización. Pero cómo se conjuga esta concepción con la idea de transformación social que motoriza todo proyecto alternativo y que todos los realizadores enuncian al momento de exponer sus objetivos. Volvemos entonces sobre la pregunta acerca de la existencia de "grados" de alternatividad y la definición de esos grados en relación a la etapa político-social-cultural.

### PREGUNTAS ABIERTAS

El parámetro que mide el éxito al interior del mercado es la audiencia, incrementar la es el objetivo. Las preguntas serían: ¿audiencia para qué?, ¿existe un método alternativo para conquistarla? Uno de los participantes al encuentro realizado en ATE sostuvo como un logro importante que la medición de julio realizada por IPSA ubicaba en primer lugar a las radios no identificadas, conjunto heterogéneo dentro del cual se encuentran las radios comunitarias.

La ausencia de debate sobre este paso que constituye al sujeto en audiencia aporta un grado más a la pérdida del sentido político y el carácter transformador de las experiencias alternativas, corriendo el riesgo de que en un futuro próximo el rating se convierta en la escala de valores que permita medir el grado de transformación de la sociedad.

En el marco actual caracterizado por la resignación y el individualismo posmoderno, el sentido político de la comunicación alternativa corre el riesgo de diluirse. Los tres problemas señalados hablan de la necesidad de repensar el espacio de las prácticas alternativas, en un contexto hegemonizado por el discurso neoliberal, a partir del cual la idea de transformación social podría ser peligrosamente desplazada por la de competencia mercantil.

## Del fútbol como cacho de cultura(s)

PABLO ALBARCES

"¿Por qué amamos lo que amamos? Creo que queremos las cosas que nos hacen sentir vivos, alimentan nuestros sentimientos más hondos, nos hacen reír y llorar. Nunca somos más verdaderos que cuando nos entregamos a las emociones, esa certeza sin silogismos ni refutaciones. Quiero salvarme o condenarme por ellas."

Juan Sasturain: *El día del arquero*

1. Elegir el fútbol requiere reinventar un objeto. Está allí, una vez a la semana en el estadio (generalmente más), todos los días en las publicaciones especializadas, en todos los periódicos, en la televisión, fundamentalmente en las conversaciones cotidianas. Y están allí, en ese repertorio de formas comunicacionales, sus actores: del espectador al lector, sus consumidores, sus practicantes, sus oficiantes. Configurando, sin arriesgar demasiado, dos hechos simultáneos: el mayor fenómeno de la comunicación de masas en el mundo, y una de las prácticas de identificación más fuerte de los sectores populares en la mayoría de los países de Latinoamérica.

Sin embargo, dije reinventar un objeto. Porque salvo intentos aislados el fútbol no existe entre las preocupaciones centrales de la investigación cultural. Podemos arriesgar causalidades: una pueden ser las perviventes estructuras iluministas, que condenan como irracionales a las prácticas no regidas por el monopolio de la razón occidental, y extensivamente a las prácticas no letradas, no escriturales; pero junto a ello aparece con toda su amplitud y fuerza el aparato más aceitado y poderoso de la industria cultural contemporánea. Y si su presencia suele generar en el intelectual la inmediata desconfianza (manipulación, cómo dudar), la notoria relación que en el fútbol se establece entre la industria del espectáculo, los aparatos culturales de reproducción y el poder estatal o parastatal, no deja de justificar suficientes recelos. De allí al opio de los pueblos, hay sólo un paso.

Pero prefiero pensarlo en términos más complejos, justamente en razón de esa relación: el fútbol aparece como un buen lugar para focalizar las relaciones entre prácticas culturales y las lógicas mercantiles, exigiéndonos lecturas oblicuas, sesgadas, con punto de partida en más interrogantes que certezas. Esta es una pequeña propuesta para un posible itinerario.

2. Aunque el fútbol no puede remitirnos como sujetos únicos de su práctica (su ejecución deportiva o su consumo espectacular) a los sectores populares, es en ellos donde prefiero detenerme. Porque a excepción del automovilismo, que refiere al saber técnico, herrero, pensar el deporte me obliga a remitirme a prácticas corporales, es decir no verbales, mucho menos letradas.

Y ya es un lugar común el adjudicar a las prácticas culturales de los sectores populares el privilegio de las actividades vinculadas con el cuerpo. Bourdieu lee allí la acumulación de características y disposiciones clásicas de estos sectores: una relación instrumental con el cuerpo que los lleva a preferir los deportes de enfrentamiento corporal, sumado al culto por la virilidad, la exhibición de la resistencia a la fatiga y al dolor, la solidaridad y la fiesta de la práctica deportiva colectiva. Y esta suma de elementos suele ser objeto, por parte de las clases dominantes, de una inversión ética y estética: sólo sirven para eso. El reconocimiento se transforma en distinción negativa: afirmar el lugar de lo corporal para las clases populares suele implicar, desde la perspectiva culta, la reserva de los saberes intelectuales para aquellos capacitados para administrarlos.

Este mecanismo de exclusión puede ejercitarse de maneras muy variadas. Para simplificar: la asunción por parte de los Estados Nacionales finiseculares de la escritura como único soporte del saber implica el desplazamiento de los saberes corporales al archivo. El cuerpo se obtura como significante: por la doble represión que sobre él ejercen el juego de legitimación de la letra y la censura de lo sexual. Frente a ello, en el mercado simbólico sólo queda para los desplazados una afirmación positiva: la reivindicación de las estrategias corporales como mecanismo de disputa, como capital para el intercambio. El cuerpo se asume no sólo como fuerza: se asume principalmente como habilidad, como lugar de la creatividad, donde las formas no verbales adquieren mayor esteticidad que las lingüísticas (bloqueadas por la apropiación desigual de los capitales escolares). Frente a la hipótesis bourdieuana del capital simbólico, la puesta en escena de lo corporal reinstala la pluralidad de capitales. La distinción se invierte en positiva: esto es lo que somos, no sólo lo que nos dejan, sino también aquello que ustedes no pueden hacer. Y la afirmación no se limita al deporte: se extiende hacia el baile, hacia la eroticidad.

Incorporo otros dos ingredientes: en primer lugar, la comprobación de que las destrezas corporales implican un alto grado de inteligencia (frente a la pretendida irracionalidad o automatismo de esas prácticas). Un deporte de resolución de situaciones, como el fútbol o el básquet, exige la toma de decisiones en fraccio-

nes brevísimas de tiempo, imposibles de ser adiestradas, en los términos en que ese adiestramiento puede producir mecanización de movimientos, no su invención permanente. En segundo lugar: en el terreno de la disputa cultural, las clases populares saben moverse en cancha barrosa. Y de allí que califiquen como genios (categoría intelectual) a los habilidosos con la pelota (categoría corporal). El desplazamiento semántico reubica el conflicto en un lugar más parejo. Que puede volver a desequilibrarse en cualquier momento: la respuesta de los sectores hegemónicos, por la voz de la industria del espectáculo, acepta las cualidades descriptas, pero limitadas al soporte; un genio con la pelota no podrá, entonces, reclamar un derecho a la palabra que sigue perteneciendo a sus administradores escolares. Para ejercerlo, deberá legitimarse: un futbolista con un par de días de instrucción terciaria suele ser requerido para notas periodísticas, análisis sesudos, intervenciones políticas. Intervenciones siempre marcadas: éste sabe, puede hablar, no como el resto; en el caso de los boxeadores, donde las excepciones a la regla son casi inexistentes, este mecanismo se ejerce con mayor dureza. A pesar de una posible marangonización del fútbol, de una mayor presencia de las capas medias entre sus actores, la desigualdad persiste en instalarse en el territorio futbolístico. Quizás la mayor parte del caso Maradona pueda reducirse a esto: un ejercicio desautorizado e incontrolado del derecho a la palabra, que apunta peligrosamente a transformarse en demasiado representativo, demasiado identificatorio. Maradona no respeta las normas de la industria: la exhibición de su incomparable creatividad no verbal debe ir junto a la exposición de su silencio. Si no, la mercancía amenaza transformarse en boomerang.

3. Si bien la lectura del fútbol nos puede llevar a múltiples salidas, insisto sobre algunas de ellas. La primera es la dimensión lúdica de la cultura, las posibilidades de fuga de lo económico-productivo, la necesidad de leer a los actores culturales en la gratuidad de ciertos gestos y prácticas. Igualmente rica es la relación entre lo lúdico y la creatividad: el juego, lugar indispensable de la cultura, espacio transicional (en términos de Winnicott) entre el yo y el no-yo, entre el individuo y la realidad que sólo pretende de él su sujeción a normas e instituciones regladas, aparece como la geografía donde la creatividad ejercita la fantasía, la transgresión, la solidaridad, los valores que el tiempo de la historia y la mercancía parece haber suprimido.

La segunda: el cruce transdisciplinario que el análisis cultural exige nos entrega una serie de nociones de articulación compleja. Mito, ritual, imaginario, actuación, simulacro, experiencia, ethos, ideología: juego de categorías que precisan ser reubicadas para volverse productivas. Ejemplo: el concepto de ritual (desacralizado, secularizado) permite leer el fútbol como gigantesca puesta en escena que una sociedad hace para verse a sí misma. Espectáculo donde se ejercitan las lacras y los hallazgos, los conformismos y las transgresiones: desde el machismo hasta el cuestionamiento al poder, desde la homofobia hasta la burla al poder.

roso, desde la mercantilización de la vida cotidiana hasta la fiesta que suprime las jerarquías. En el fútbol se proyectan identidades poderosas, decíamos más arriba. Podríamos ahora ser más precisos: en el fútbol se actúa lo que se es, se simula lo que se quiere ser/hacer. En el fútbol como ceremonia se experimenta la victoria que no abunda en el tiempo de la mercancía; en el fútbol la gambeta, la locura, permite vencer al poderoso, humillar al opresor. Dos gestos que recuerda Juan Sasturain: el caño entre los argentinos, el sombrero entre los brasileños, los gestos que para Corbatta o Garrincha son el riesgo, la aventura, el juego al borde de la cornisa de la vida por donde finalmente ambos se desbarrancaron: porque el fútbol es suspensión de la historia, y allí no hay castigo para el transgresor. Al restablecerse el tiempo histórico, aparece la sanción: la miseria, la cirrosis.

La última: recuerda Renato Ortiz que al proponer elementos que sirvan de articuladores para una identidad nacional que homogeneice las particularidades locales y regionales, los Estados modernos latinoamericanos necesitaron echar mano de formantes tradicionales y populares (en el más estricto sentido de clase): así proyectan samba, carnaval y fútbol en mitos brasileños, así transforman gaucho, tango y fútbol en emblemas de argentinidad. Dejando de lado las discontinuidades y no simultaneidades de estos procesos, lo que sí permanece es la visión de los procesos modernizadores como esencialmente complejos, transactivos, no unidireccionales. La resultante: una identidad nacional, aunque propuesta desde el poder, no necesariamente es administrada por él. La proyección internacional del fútbol nos permite una simulación más, una dramatización macro, la convocatoria de identidades más duras: rediscutir nuestro status de subdesarrollados, advertir al rico que el pobre está presente, más aún, que puede vencerlo. Lo que Italia '90 espectacularizó ante todo el mundo: en la fiesta de los nuevos ricos, el fútbol introduce la cuña de los desplazados, las jerarquías nacionales se deben poner en juego, la economía se reduce a exhibicionismo, y no a clasificación. El fútbol se instala, persiste obstinadamente, como uno de los lugares donde se discute la patria. Discutir si su salida es nuevamente impugnadora, o apenas dolorosamente fundamentalista, es parte de nuestra agenda.

Intervención indispensable para neófitos: Claudio Marangoni, ex jugador de Independiente y Boca, rubio y de ojos claros (y gran jugador), persistente votante del liberalismo, invitado regular a programas políticos, agregó a su currículum ser el inventor de las escuelas de fútbol, fundando la primera en Barrio Norte (en el parque de Las Heras y Coronel Díaz). Su público no es, justamente, los hijos de los proletarios de la zona.

Oreste Omar Corbatta fue delantero de Racing y la selección; Garrincha hizo toda su carrera en Brasil, contemporáneamente a Pelé, con quien deslumbró en el Mundial de Suecia '58. Ambos murieron en la miseria, víctimas de cirrosis hepática.

## Fútbol y multitudes\*

DANIEL SCARFO

### UTILIDAD

"Ya ven, señores, que no es posible una representación más perfecta de la nada."  
Flaubert, G., *Madame Bovary*

"El deporte se ha convertido hace mucho tiempo en un sector de racionalización del trabajo industrial fabril."

J. Habermas

"La universidad de la época medieval y de principios de la época moderna, es decir la universidad bárbara, se ocupó inevitablemente de las disciplinas pragmáticas (...) porque tal es la naturaleza del barbarismo (...). El bárbaro de los últimos tiempos o de los primeros es de ordinario un pragmático de remate; tal es el rasgo espiritual que lo separa más fundamentalmente del salvaje por una parte y del hombre civilizado por la otra."

Th. Veblen

"Orden de proclamar que todo varón con plenas facultades físicas de la mencionada ciudad, los días festivos en que está ocioso utilice en sus deportes arcos y flechas o perdigones y proyectiles... prohibiéndoles bajo pena de encarcelamiento mezclarse en el lanzamiento de piedras, palos y tajos, balonmano, balonpié... u otros juegos vanos sin valor..."

Eduardo III, Orden a los alguaciles de la ciudad de Londres, 1365

Hay estados de disponibilidad que escapan a toda intención utilitaria. Lo que llamamos "estética" aparece por ejemplo como actividad sin objeto, región de los actos inútiles y en los que se sitúa el juego, eso que no dura.

¿Qué hacemos cuando no hacemos nada? El fútbol, por ejemplo, no sirve para nada. Lo imaginario no sirve para nada. Abre una inmensa región de actos lúdicos clandestinos más desbordante de lo que pensamos. No es sólo merced a la razón occidental como el mundo cambia, sino gracias también al surgimiento de lo inútil, de lo gratuito y del flujo del juego.

Ninguna otra sociedad habitó nunca en sí misma un nihilismo lúdico comparable al nuestro. El hombre se entrega a esas actividades inútiles y sondea experiencias cuya única finalidad es la "nada" o la especulación inútil sobre lo que el hombre hubiera podido ser. ¿Por qué corren los jugadores? Corren hacia el pelotazo que les llega. Están en la nada y de repente... el pelotazo. ¿Y qué hago ahora con esto?

Se trata de una estrategia negativa. En la

\* Fragmento de un libro en proceso de edición.

llama de fuego, hay un abandono de la energía inútil y danzante, desbordamiento ardiente, pasaje dinámico de lo invisible a lo visible, espectáculo absoluto que destruye y aniquila las formas.

Un día aparecieron los hippies y empezó a crecer el número de los drogadictos, de los estudiantes de las ciencias de la nada, muchos quisieron hacer cine o tocar la guitarra o no hacer nada fijo y experimentar la delicia de la vida del Juglar. Acciones sin ningún significado como éstas, como el fútbol, caracterizan a la ciudad. También las figuras del nihilismo europeo y los personajes de Beckett. ¿Se estuvo alguna vez tan absorbido por la pasión de la nada como en una pasión futbolera? El desierto designa esa figura trágica que la modernidad prefiere: la reflexión metafísica sobre la nada. El desierto gana. ¿Quién cree aún en el trabajo? Las instituciones se reproducen y desarrollan cada vez más controladas por los "especialistas", los últimos curas, como decía Nietzsche, los impostores que todavía quieren inyectar sentido ahí donde no hay otra cosa que un desierto apático.

Pero el nihilismo europeo tal como lo analizó Nietzsche ya no corresponde a esa desmovilización de las masas que no se acompaña ni de desesperación ni de sentimiento de absurdidad. El desierto actual está tan alejado del nihilismo "pasivo" y de su triste delectación en la inanidad universal, como del "activo" y de su autodestrucción. Atrás la angustia y nostalgia de sentido, propias del existencialismo o del teatro del absurdo. Y la apatía se extiende tanto más por cuanto concierne a sujetos informados y educados, en otra época llamados "concientizados".

Al mismo tiempo, o inversamente, el principio de rendimiento gobierna todo de manera imperiosa. El sistema deportivo es la puesta en forma espectacular más sistemática de este principio, tanto y tan bien que todas las categorías deportivas aparecen regidas por él (récord, competencia, entrenamiento, selección, etcétera). El deporte es la materialización abstracta del rendimiento corporal. La propia evolución histórica es la que ha producido la categoría abstracta del deporte, en tanto que reflejo de la sociedad capitalista industrial. El resultado es aquí lo único que cuenta. El entrenamiento, proceso de metamorfosis experimental de los límites biológicos humanos es un banco de prueba del motor deportivo corporal.

Habermas afirma que "el deporte se ha convertido desde hace ya mucho tiempo en un sector de la racionalización del trabajo". El deporte encara de manera ejemplar el principio de rendimiento y le da una experiencia visible ante las amplias multitudes, es el modelo típico de la sociedad de rendimiento, de ardua y desigual competitividad. Esto también fascina a las multitudes.

Se juzga únicamente al individuo por sus resultados y no por sus posibilidades (al igual que el escritor, tal y como señalaba Sartre).

El deporte es una garantía de éxito para la prensa y la televisión siendo al mismo tiempo un lugar de banalidad. Así, se convierte en algo esencial en la existencia.

Este año vi estudiantes con camisetas de fútbol en la Universidad. No veían de un partido. Van así porque su equipo ganó el día anterior. Como depor-

tistas y espectadores. Ya que la función principal de las actividades recreativas parece ser la de suscitar formas placenteras de emoción, no puede entenderse correctamente utilizando un enfoque sociológico que haga caso omiso de sus dimensiones psicológicas y fisiológicas. El fútbol, el juego más popular universalmente de los siglos XIX y XX, pasa a ser a un juego de espectadores después de algunos cientos de años de utilidad como una salida para la exuberancia física. Y la Universidad de Buenos Aires también se convierte en un estadio, un lugar de la cultura de masas, de las multitudes televisivas: la tinellización del claustro.

## MERCANCIAS

El propio sistema deportivo produce mercancías: campeones, espectáculos, récords y competencias. La revista *El Gráfico* tiene al corriente a los lectores de las variaciones por temporadas de los valores deportivos. Se habla de un delantero de diez millones de dólares: la libertad de practicar un deporte se convierte en labor socialmente cuantificada y medida.

La circulación y la valorización de las mercancías, del dinero y del capital impregnan todos los ámbitos de la sociedad actual. La venta del espectáculo deportivo y las apuestas deportivas han presidido no sólo los comienzos del profesionalismo deportivo, sino también las primeras formas de organización institucional de la competición deportiva. Los primeros Juegos Olímpicos modernos, que señalaban el comienzo de la mundialización institucional del deporte, han sido simples anexos de las amplias ferias-exposiciones comerciales. En la sociedad antigua pre-capitalista, el espectáculo deportivo también se veía penetrado por los principios mercantiles por entonces florecientes.

El fútbol es así objeto de numerosas operaciones lucrativas y especulaciones. Los organizadores "sacan partido" del valor mercantil de los espectáculos obligando a las cadenas de televisión a pagar importantes derechos de transmisión. Las ganancias benefician directamente a los organizadores de los espectáculos deportivos. Esta búsqueda del "beneficio comercial deportivo" es lo que induce a buen número de dirigentes y empresarios deportivos a montar una gran cantidad de espectáculos "pagados" y lucrativos. Muy pocas competiciones de fútbol tienen un interés esencialmente deportivo. Los equipos funcionan según el modo de una empresa capitalista del espectáculo deportivo con distribución de beneficios entre los accionistas-jugadores. El único objetivo de los organizadores reside en montar unos espectáculos y manifestaciones financieramente beneficiosas y comercialmente provechosas.

El espectáculo deportivo está montado por la obtención de dinero, no obedece ya sino a los intereses de la rentabilidad financiera. El fútbol profesional es una empresa capitalista más. Así es como la familia Agnelli financia al Juventus de Turín, o la empresa Torneos y Competencias compra jugadores. El dinero se ha



convertido en la principal razón de ser de los deportes-espectáculo y de sus actores. En fútbol, los organizadores tienen que funcionar respetando los criterios de rentabilidad. El deporte es actualmente un *big-business* que incita a numerosos grupos financieros, municipios y países a comprometerse en la organización de grandes manifestaciones deportivas: todos quieren su mundial.

Los organizadores venden al máximo precio sus espectáculos deportivos a las cadenas de televisión. Para las cadenas de televisión se vuelve rentable invertir en el deporte, al igual que para los organizadores deportivos ceder los derechos de exclusividad del espectáculo.

Los propietarios de capital ofrecen las manifestaciones y espectáculos en tanto que mercancías. Todo el deporte espectáculo es en potencia un deporte profesional en el que el esfuerzo de los campeones es evaluado mediante un precio.

Los deportistas tienen un valor-mercancía entre las multitudes, que se afanan por valorizar y del que quieren sacar el mayor partido. Que los deportistas ganen dinero sólo prueba que a ellos les toca el papel de los mercenarios de los antiguos ejércitos. La mayoría ya lucha con el entusiasmo limitado de todo profesional.

Los equipos locales y nacionales ya no representan el talento casero. El talento se compra y vende en el mercado. Un equipo italiano puede estar compuesto por jugadores de diversos países, aunque haya un límite para ello. Los equipos cambian de un año al otro muchos de sus jugadores y éstos pasan de Boca a River y viceversa sin que se les mueva un pelo. El amor romántico a la camiseta ya no cotiza en la bolsa del mercado del fútbol. Así surgen campeones sin alma.

El redactor de *El Gráfico* juega ante los deportistas el rol que la Pitia jugaba frente al oráculo apolíneo. El dios susurraba en sus oídos, en lengua divina, sus predicciones y dictámenes. La Pitia los traducía a la lengua de los mortales para hacerlos comprensibles. Lo que *El Gráfico* hace con los dioses del estadio es instrumentarlos para servir a su propio discurso y negocio.

En Japón ya todos los equipos son financiados por sponsors como Toshiba, NEC, Mitsubishi, Nissan, Panasonic, Yamaha y Kawasaki. Los equipos pertenecen a las empresas. Aquí cada equipo lleva la marca de una empresa en la casaca, y hasta el presidente lució el nombre de una transnacional sobre la camiseta argentina. Los estadios y las naciones se convierten en enormes supermercados.

Es que el fútbol es el mayor poder económico del mundo, mueve por año unos doscientos veinticinco mil millones de dólares.

## ESCLAVITUD

Los griegos no consideraban hombres a los esclavos. Lo mismo sucedió con los españoles respecto a los indios. Es así como se hace la educación del servilismo: todos con las mismas actitudes, los mismos gestos.

Un gran equipo de fútbol es un negocio industrial de nuevo tipo. Es dirigido como una empresa. Ha dejado de ser artesanal. Y hay una explotación del personal deportista por parte de las firmas profesionales. La manera en que los jugadores son transferidos de un club a otro es la ilustración de cierta forma de esclavitud. El sistema de contrato y transferencias en vigor en muchos países es incompatible con algunas disposiciones de la declaración de los derechos del hombre.

La naturaleza en la ciudad es de la misma calidad de nuestra esclavitud y es lo que el pájaro en la jaula: un simulacro de la verdad y de la gracia. Vivimos en un mundo más bien desagradable en el que tanto las multitudes, como los poderes necesitaban esclavizarnos. El tirano, el sacerdote, los secuestradores de almas, las multitudes quieren persuadirnos de que la vida es dura y pesada. Necesitan administrar nuestros pequeños terrores internos.

Los jugadores se venden como animales o esclavos. Eso es el profesionalismo. No hay espacio para la camiseta.

## CUESTIONAMIENTO

Pensamos también en todos aquellos momentos de "compromiso" o impulso que lanzan a los individuos a la realización de un acto al parecer sin salida, pero que de momento ponen en tela de juicio la existencia del hombre entero y por consiguiente significan un absoluto. Si todo es posible porque Dios ha muerto, dice Dostoievsky, se debe a que Dios representaba la lógica inevitable.

Se trata de manifestaciones irrepetibles atravesadas por una iluminación que pone en tela de juicio la propia estructura de la sociedad en que se encuentra. Todas las civilizaciones se protegen contra ese enfrentamiento con el azar que trastoca el ordenamiento de las instituciones: flujos del juego que barren el territorio existencial de las sociedades.

La conmemoración es a la fiesta lo que la regla al juego: una tentativa del establecimiento social para absorber aquello que lo uno y lo otro tienen de inaceptable para el orden establecido.

Los que no aceptamos el mundo como va, ni la sociedad donde estamos, ni los hombres como son, sabemos que es imposible "reformular" el deporte sin cuestionar los fundamentos económicos de la sociedad que lo produce, que la identificación con el campeón es una subordinación del individuo a una tipología conformista, que el fútbol aparece como hecho social masivo al mismo tiempo que el turismo de masas y el ocio popular en el momento de las grandes luchas sociales.

# CONSIGNAS

MEDIOS & COMUNICACION

La única revista

# CUMPLE

Buscala  
en kioskos

suscribite  
al te/fax:  
(01)432-6147

Informe Especial:  
Carreras de Comunicación  
Entrevista: Fontanarrosa

del país

sobre medios & comunicación

El RODABALLO, Nº 3  
OCTUBRE 1995

Dossier: Desocupación, sociedad salarial y crisis de la identidad obrera. Escriben: J. Slaughter, M. Matellanes, R. Ruiz/ Entrevista con Robert Castel/ Adolfo Gilli: ¿Adónde trazar la raya del socialismo?/ Perry Anderson: Después del neoliberalismo/ Horacio Tarcus: Mandel, el último de los marxistas clásicos/ Blas de Santos, Alejandro Grimson, Celia Amorós: Igualdad, diferencia, emancipación/ Juan José Saer y la crítica de la crítica: Ricardo Strafacce/ Martín Caparrós: La patria capicúa/ Christian Ferrer: Lewis Jones, precursor del socialismo argentino.

REVISTA DE POLÍTICA Y CULTURA  
El Rodaballo

BUENOS AIRES  
OTOÑO 1995  
Nº 7 REVISTA  
DE CRÍTICA CULTURAL

# MOCHO

Vida,  
locura y  
muerte  
en Buenos  
Aires

VIÑAS  
MOLINA  
Y VEDIA  
MOFFA  
CASULLO  
GONZALEZ  
RINESI  
FERRER  
LOPEZ

# dialéctica

Revista de filosofía y teoría social • CEFYL

DOSSIER: FIGURAS DE LA DOMINACIÓN DE CLASE EN LA ARGENTINA

(Entrevista con Rolando Astarita / Entrevista con Eduardo Lucita / Entrevista con Adriana Puiggrós / Guerra, subversión y Derechos Humanos - Roberto Morgan / Universidad y formas democráticas de dominación - Patricio Mc Cabe / La "Subversión": el poder se representa a su enemigo - Francisco Drake

ARTÍCULOS VARIOS

Entrevista con John Holloway / Nota acerca de las Tesis sobre Feuerbach - Louis Althusser / El concepto de Estado - Clara B. Bravin / Del Estado a la Comuna - Pablo D. Gilabert / Ficciones Argentinas - Ariel Burmani

UNIVERSIDAD

Proyecto colectivo de investigación sobre Universidad / Insubordinación y valor / Entrevista con Beba Balbé / Documento colectivo del PICASO / Un nuevo patriado

## La desacralización de la escritura

Una lectura de *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, de Aníbal Ford, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.

STELLA MARTINI

En el número anterior de *Causas y Azares*, apareció un artículo con el título "Los usos de la escritura. Apostillas a *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, de Aníbal Ford". La autora, Maite Alvarado. Me parece que del artículo de Alvarado se desprende la caracterización de Ford como un analista optimista de los medios. Disiento con la calificación de "optimista" (ver, por ejemplo, "La tribu televisiva") y me parece que el libro merece una lectura más abarcativa desde el complejo campo de la cultura, la comunicación y los medios. En este sentido voy a desarrollar el presente trabajo.

Considero a *Navegaciones...* un conjunto de textos que busca respuestas a nuestra conflictiva realidad. Desde una puntual focalización. Que no se contenta con hipótesis fáciles. El libro constituye su objeto de estudio en el vasto campo de la cultura, la comunicación, los medios, en el contexto de la crisis que nos aqueja, "crisis que no es sólo comunicacional y cultural sino también, y fundamentalmente, económica, política y social. Y esto tiene su centro en el paso de la sociedad posindustrial, o como quiera llamársela, y sus secuencias...". Y aquí Ford incluye tanto la creciente brecha entre ricos y pobres, el desempleo, las migraciones, como las problemáticas de las megaciudades y hasta "...la violencia y los conflictos interétnicos" (1994: 127).

Y en la consideración del campo aparece naturalmente el estudio de las formas y discursos de la cultura popular, en una reformulación de textos anteriores del autor, y en la lectura actual, posible, desde un contexto global, intercultural y especialmente segmentado. Formas y discursos que se resignifican en los medios, desde el cine hasta la televisión, por ejemplo. Pero en ningún momento aparece una celebración acrítica de la cotidianeidad y los saberes populares que analiza.

Advierte sobre la instalación de falsos binarismos que obstaculizan el avance de los estudios. Enunciados del tipo comunicación versus medios; o cultura versus medios; o micro versus macro; o escritura versus nuevas tecnologías.

Y anota tendencias. Registra tramas que se están constituyendo. Digo que señala tendencias, e intenta su interpretación. Estos son algunos ejemplos: *el impacto ineludible de los nuevos desarrollos tecnológicos sobre las formas de percibir y de construir sentido* (en "Navegaciones. Culturas orales. Culturas electrónicas. Culturas narrativas"; "Los medios. Tráfico y accidentes transdisciplinarios"; "José González Castillo. Cine mudo, fábricas y garçonnières" —este último escrito en colaboración con Nora Mazziotti—, entre otros). *El peso de la creciente narrativización en los medios —desplazando a las tradicionales formas argumentativas—* y,

ligado a este proceso, la instalación de la casuística con los riesgos que presupone para un adecuado debate público (en "De la aldea global al conventillo global..."; y especialmente en "Los medios, las coartadas del New Order y la casuística"). *Las varias configuraciones de lo público que plantea nuevos desafíos en nuestro campo* (en "Los medios, las coartadas del New Order y la casuística"; en "Águila non captat muscas'..."). *El múltiple estallido de teorías en el campo de la cultura, la comunicación y los medios*, con el aporte y la interpretación de bibliografía de "última generación" al respecto (en "Los medios. Tráfico y accidentes transdisciplinarios", de modo especial).

*Navegaciones...* es un libro tramado por momentos como un hipertexto. Construcción buscada no por deleite postmoderno. Ofrece una propuesta teórica y metodológica. Y una propuesta política: tratar de no hablar exclusivamente desde el laboratorio académico. Reconocer las limitaciones del propio trabajo.

Ya aquí entran en escena el enfoque y el trabajo transdisciplinarios. Que buscan traspasar, flexibilizar las fronteras. Las necesarias para dar cuenta de la realidad. *Navegaciones...* es un texto que ejemplifica la tarea transdisciplinaria en sí mismo. Y que fundamenta esa necesidad. Por ejemplo en el "Prólogo", al exponer que "hoy puedo decir que el horizonte es negro pero escrutable. Que no se puede decir dónde estoy parado. Que la crisis social, económica y cultural que padece América Latina ya muestra sus ejes. Ya no se puede decir sí/no, estoy confundido, no sé qué decir. Y también que todo esto exige comenzar de nuevo. Y esto explica por qué en muchos artículos de este libro elegí una estrategia transversal y transdisciplinaria. Tal vez, como el anterior, este libro está escrito desde la orilla de la ciencia" (22).

Ford construye un sistema textual sin la asepsia de ciertos papers universitarios. Que no deja de ser un problema. Una de las formas de caracterizarlo: peculiar cruce de saberes teóricos, de puntuación académica, de prácticas concretas. El libro hace su reflexión metadiscursiva. Cuando cuenta su historia (en el "Prólogo"); cuando el lenguaje especializado se rompe con la intrusión de refranes, de elementos del habla coloquial, de metáforas puntuales y se retoma en la síntesis teórica, en la construcción de hipótesis interpretativas posibles. También cuando apela a la inclusión de relatos —literarios, científicos— o incluso de textos dramáticos, que ponen en escena de otra manera la problematización del campo (cfr., por ejemplo, "Navegaciones..."; o "Los medios. Tráfico y accidentes transdisciplinarios"; o "De la aldea global al conventillo global...").

Hay también trazas que remiten a la escritura periodística. A la dinámica y los tiempos del trabajo periodístico. Creo que también la marca periodística está en la voluntad de encarar lo que está pasando. No esperar "una distancia" en el tiempo para encarar un fenómeno, una tendencia. Pero esa impronta periodística no es la única fuente en la propuesta de no dejar "pasar" lo que está pasando. En los textos aparece la explicación a por qué ese trabajo pertinaz en la indagación de lo que está sucediendo. Porque la realidad no espera. Los tiempos se aceleran (favor de no leer esto como una afirmación de corte "viriliano"). En el final del artículo "Navegaciones, Culturas orales. Culturas electrónicas. Culturas narrativas", que abre la compilación, leemos: "Tal vez todo esto, que no se contradice con las densidades o necesidades argumentativas de lo político, tenga alguna importancia en las formas en que comprendamos, acompañemos o inventemos las salidas para esta América Latina estrangulada por el neoliberalismo y la dependencia, y necesitada de construir, desde concepciones culturales menos instrumentales, su sentido histórico" (41).

También aparece la escritura literaria. El hilo que quizás arma la trama. Escritura

diferente. De la misma raza de aquella que construye *Sumbosa* o *Ramos generales*, y hasta *Desde la orilla de la ciencia*. Una propuesta concreta de otra forma de escribir. Y estilo que remite otra vez al "Prólogo", donde se indica al lector desde dónde se enganchan las estrategias de construcción de cada uno de los artículos que lo componen. Incluye las voces intertextuales. Le apuestan al lector en la posibilidad de entender, de reconstruir.

En esta peculiar manera de decir se afirma la reivindicación de la escritura —y de la historia escritural misma—. Difícil ver el discurso de *Navegaciones...* ubicado en el medio de la discusión de "escritura versus nuevas tecnologías". Porque la preocupación es otra. Es, por ejemplo, la que se desprende de este comentario sobre el final de "Águila non captat muscas". Invenciones, saberes y supervivencias en la cultura de la crisis latinoamericana: "Los investigadores y los productores de comunicación, de información, de cultura, se hallan, en América Latina ante un desafío inédito (pero también los políticos y otros 'actores' sociales). La precariedad material puede llevar a la anomia y el no sentido a todo este desarrollo simbólico y comunicacional. Transformarlo en meras palabras, no portadoras de nada" (216-17).

Señalo un aporte que considero central en *Navegaciones...*: el intento de superar el cortocircuito que suele observarse en algunos estudios sobre cultura, comunicación, en especial en las dificultades para establecer las relaciones pertinentes con las transformaciones estructurales sociales y tecnológicas, con la profundización de la crisis. En tal sentido, Ford reconoce que cuando trabajamos la construcción del sentido en las sociedades, lo hacemos en el "difuso campo de los estudios sociales y culturales y se supone que todo lo que decimos está referido a cómo piensa, siente y sobrevive la gente en América Latina frente a la crisis. Y también a cómo inventa" (44).

En épocas de crisis aguda como la que estamos viviendo, tiempo de opacidades, investigar en nuestro campo es tarea compleja. El planteo de recurrir a la lectura de índices, como una forma de abordar la realidad, no aparece como la única forma posible de estudiarla. Los textos de *Navegaciones...* dicen que esa propuesta corresponde a una etapa —muy cercana en el tiempo— en que reconcentrarse en lo micro parecía una forma de reconstruir el gran mapa, de "entrarle" a los conflictos sociales y culturales. Ahora, los índices siguen siendo un camino posible, complementario. Pero las reglas de juego están más claras, por ejemplo en la trama transnacional que plantea una aldea global, no por amarga y desigual, menos global (cfr. "De la aldea global al conventillo global"). Entrada desde lo micro, pero ya posibilidad y necesidad (pertinencia) de trabajar sobre lo macro.

Así lo explica *Navegaciones...*, tanto desde los artículos que lo componen, como desde el "Prólogo", y hasta desde sus propias "Fuentes" (que indican la datación y la contextualización de la producción). Leemos en el "Prólogo" que "este libro (...) partió de la búsqueda de indicios en un momento de incertidumbre, de transición. Ese fue el objetivo de 'Conexiones'. Hoy, apenas cuatro años después, creo que podemos ver con claridad cómo se articula el New Order y en qué situación está América Latina" (17).

Y justamente, en "La honda de David. Antropología, comunicología, culturología en el tercer mundo", aparecido también en el n° 2 de *Causas y Azares*, sostiene Ford que "El binarismo micro-macro es falso. Un mismo objeto puede estudiarse desde diversas escalas, con microscopio o desde un satélite y cada una nos presentará problemas específicos, pero no contradictorios con los otros niveles. En la hoja está contenido el bosque argumentan los estudiosos de los fractales... Pero trabajar en varias pistas todavía produce angustias e inseguridades" (1995: 89).

Entiendo que si bien los índices de la realidad (también de la ficción, caso el artículo sobre la novela *Sudeste*, de Haroldo Conti), —en el sentido peirciano— se constituyen en núcleos posibles de estudio, no son los únicos en los textos de Ford que analizamos.

Y si, por otra parte, se puede leer que el mundo indiciario aparece oponiéndose al mundo escritural me parece que, entre otras razones, es porque de esa manera están enfrentados en el proyecto de nuestra modernidad. Busquemos en la historia, la literatura. En el modelo resultante, el dominante, la "barbarie" no tenía lugar. Que también es decir las formas de una cultura que no fuera escritural. Porque no todo se resuelve con "las mejores intenciones". Cómo estudiar, entender nuestra cultura, si no integramos los saberes, las prácticas y la forma de construir sentido no ya solamente desde la página escrita. También desde la experiencia cotidiana, las variadas formas de comunicación interpersonal, los medios audiovisuales (cfr. "Conexiones"; "Navegaciones"; "Culturas populares y (medios de) comunicación"; "José González Castillo..."; "Rodar tierra. Rodar sentido. Traslados e inscripciones en movimiento. Apuntes etnográficos", entre otros).

*Navegaciones...* insiste en que la escritura instituyó un modelo de exclusión en nuestra sociedad, señalamiento que no implica renegar de la escritura, ni desconocer los efectos positivos de nuestro sistema legal de escolarización, uno de los primeros en el mundo. Creo que es una manera de describir la realidad. Recordemos que la modernidad se instaló en nuestro país y en América Latina de manera incompleta. Y que, a diferencia de Europa, no sólo el libro nos hizo modernos. La modernización se dio también por los medios, entrada oblicua.

Y considero que tampoco reniega de la escritura —también una tecnología— al reconocer el amplio espectro de avances tecnológicos e intentar su interpretación. Pero la tecnología última, la de las computadoras y las redes, tampoco es ciencia ficción.

Quizás ciertos enunciados resulten un tanto tajantes. Creo que esto se inscribe en el estilo que construye *Navegaciones*. O en el planteo de las urgencias de una sociedad en crisis.

Explícitamente, considero a *Navegaciones...* un libro que propone no confundir las palabras con las cosas. Ni el mapa con el territorio.

Cada género tiene sus marcas. Y, a pesar de los cruces, siempre funcionan la inclusión y la exclusión. Practicar un género tiene, por ello mismo, sus problemas.

# causas y azares

Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis

## CICLO DE ENCUENTROS DE DISCUSION Y DEBATE

**23 de Septiembre - 10 hs. - Comunicación Alternativa**

Experiencias y teorías  
Argentina: La situación actual

**14 de Octubre - 10 hs. - Políticas de comunicación**

Europa: Del servicio público a la apertura del mercado  
América Latina: Del fracaso de las PNC a la concentración multimedia  
Argentina: La situación actual

**11 de Noviembre - 10 hs. - Estudios culturales**

De los '60 a la actualidad: Cultura política y políticas culturales

Facultad de Ciencias Sociales (Marcelo T. de Alvear 2230), aula 305

## Radioapasionados y Televisionarios

Festival de la Radio y la T.V. Popular y Comunitaria, en América Latina y el Caribe  
20 al 24 de noviembre de 1995  
Quito, Ecuador

A fines de 1994 se creó, en la ciudad de Quito, el Grupo de los Ocho, integrado por instituciones del ámbito de la comunicación comunitaria en América Latina y el Caribe. Conforman esta organización no gubernamental la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), FELAFACS, UNDA-AL, CIESPAL, FIP, PROA y RNTC-CDI.

Como presentación del grupo fue convocado el Festival de la radio y la televisión comunitaria y popular, en el que se espera participen unos 500 delegados de toda América Latina, el Caribe y representaciones especiales de África, Asia, Europa y Canadá.

Entre el lunes 20 y el viernes 24 de noviembre se desarrollarán conferencias por la mañana, debates a media mañana, talleres por la tarde y muestras y feria por la tarde noche.

Entre los invitados a las conferencias y debates estarán Mario Benedetti, Antonio Pasquali, Carmen Gómez, Jesús Martín Barbero, Luis Ramiro Beltrán, Rafael Roncagliolo, Marita Matta, José Ignacio López Vigil, Regina Festa y Diego Portales, entre otros.

En el cierre está prevista una Declaración del encuentro, además de la premiación de los ganadores de un concurso realizado entre los trabajos presentados por radios y productoras de televisión de los países participantes y entrega de reconocimientos a personalidades de la comunicación popular.

**I Jornadas Nacionales  
de Investigadores Jóvenes en Comunicación  
"COMUNICACIÓN Y PROCESOS CULTURALES"  
22, 23 y 24 Noviembre 1995**

En los últimos años han cobrado relevancia en nuestra sociedad temas vinculados a la investigación en comunicación social. El desarrollo de políticas de investigación y un sesgo puramente profesionalista han sido los polos de tensión permanente al interior de muchas de las carreras de comunicación.

La investigación en comunicación social en la Argentina tiene varias décadas de historia y abarca diversas perspectivas. Sin embargo, en los últimos años ha habido nuevas producciones realizadas, entre otros, por investigadores jóvenes. Ante esto, los estudiantes avanzados y los nuevos graduados han sufrido la carencia de ámbitos de difusión y debate de los problemas planteados y de los resultados de las investigaciones realizadas. La producción constante de trabajos académicos en comunicación social no se ha plasmado hasta el momento en la creación y consolidación de espacios institucionales vinculados a la puesta en común de los mismos.

La realización de las **I Jornadas de Investigadores Jóvenes en Comunicación** tiene como objetivo crear un ámbito posible para comenzar a lograr un intercambio productivo en el campo de la investigación en comunicación.

El título de las **I Jornadas, "Comunicación y procesos culturales"**, surge de la necesidad de vincular la investigación en comunicación a un amplio espectro de problemáticas sociales y culturales. Se propone de manera no excluyente que los trabajos presentados a las Jornadas articulen los estudios de

comunicación con otras disciplinas sociales y humanísticas.

Algunas de las áreas temáticas serán:

- Medios masivos y cambios económicos y tecnológicos
- Lenguajes y géneros mediáticos
- Comunicación alternativa
- Teorías de la comunicación
- Arte y comunicación
- Comunicación y política
- Identidades sociales y culturales

La realización de las Jornadas será en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. La inscripción para ponentes y asistentes se realizará desde las 13 hs. del 22 de noviembre en la sede del Instituto, Uriburu 950 6° piso. Las mesas con los diferentes temas comenzarán el 22 a las 14 hs y se extenderán hasta las 21 hs. Los días 23 y 24 las diferentes mesas funcionarán desde las 9 hs.

En las Jornadas se podrá participar tanto con la exposición de trabajos realizados como con la asistencia e intervención en los debates. La inscripción para expositores es de \$ 10 y para asistentes de \$ 5.

Entre otras instituciones, auspician estas Jornadas el Instituto de Investigaciones Gino Germani (FCS-UBA) y la Carrera de Ciencias de la Comunicación (FCS-UBA).

Para más información: Alejandro Grimson (01) 822-6945, Guillermo Mastrini (01) 672-2210, Daniel Mundo (01) 431-5019, Fax: (01) 865-7554.

Por correo: Jornadas Nacionales de Investigadores Jóvenes en Comunicación, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Uriburu 950, 6° piso, Capital Federal.

Por correo electrónico a: [agrimson@iifcs.uba.ar](mailto:agrimson@iifcs.uba.ar)

**Presentación de este número de  
Causas y Azares  
Viernes 24 de noviembre, 20.30 hs.  
Aula 100 - Facultad de Ciencias Sociales.  
Marcelo T. de Alvear 2230 - 1º piso.**

## Símbolos y poder en la nueva era

*A propósito de Mundialização e cultura, de Renato Ortiz, Brasileño, São Paulo, 1994.*

La indagación de los procesos globales que trascienden a los grupos, clases y naciones es el objeto de análisis contenido en este sugerente y documentado libro.

Renato Ortiz nos muestra, sin desconocer las instancias anteriores, que lo "planetario" es hoy nuestra comunidad de destino, privilegiando como dimensión en su estudio a los objetos culturales de consumo.

Pero dicha aproximación aparece a contrapelo de los antropólogos clásicos, que presuponían la existencia de una otredad jerarquizada entre culturas sin mayores puntos de contacto, para intentar el desplazamiento hacia una epistemología que se sabe históricamente situada y en la cual la observación participante queda relativizada.

En un "marco mundo" de vivencias cotidianas, ya a lo particular no le es permitido ser pensado en disyunción excluyente a lo universal, y donde a su vez, "mundialización" no es sinónimo de "internacionalización", ni de "globalización". Este último concepto hace referencia a la complejización de una historia económica en la que las partes, antes internacionales, devienen ahora integradas en una misma síntesis: el mercado mundial, mientras que "mundialización" hace referencia a las dinámicas culturales.

Alertado de cualquier postura consensual con respecto a estos procesos, Ortiz examina la genealogía del concepto "sociedad global" inaugurado por Gurvitch en 1950 y tratado por autores como Parsons, Mc Luhan, Moore, Wallerstein y Luhmann, entre otros. Es cuestionada la aserción según la cual el mundo sería sistémico, esto es, integrando funcional o disfuncionalmente a las distintas regiones. Ortiz se aproxima, sin negar la organicidad de relaciones globalizadas, a la comprensión de dichos procesos como campos de fuerzas conflictivas, como "un fenómeno social total que permea el conjunto de las manifestaciones culturales". Una civilización mundializada y desterritorializada en términos culturales, mas no homogénea, en la que lo común no se opone a lo diverso, pero que funda una nueva manera envolvente de estar en el mundo y que establece nuevos valores y legitimaciones.

Aquí aparece como trasfondo teórico la noción de sociabilidad de la sociología de Mauss, y que torna apropiado el vínculo totalidad-particularidad social. A partir de ella, Ortiz remonta históricamente, mediante un prolijo inventario, las transformaciones globalizadas acaecidas desde el surgimiento del estado-nación y la modernidad como relación social, ya en sus orígenes desencajada de los territorios espaciales y temporales mediante sistemas expertos. En este marco la nación no aparece como contrapuesta a la mundialización, sino como su primera afirmación, en tanto que la modernidad encierra una vocación mundial que no puede ser contenida en aquella. A diferencia de las antiguas concepciones del mundo, que integraban en un mismo marco interpretativo individuo, sociedad y naturaleza, la emergencia de la modernidad-mundo en el siglo XIX desencaja aquellas esferas, pero será sólo durante el siglo XX que dicho proceso se realizará plenamente. Pero Ortiz propone una interpretación que no sitúa a las civilizaciones como mera extensión de las técnicas, sino que el movimiento de la modernidad es, retomando a Giddens, profundizado por las innovaciones, una sobremodernidad que radicaliza las modernidades anteriores. Asimismo esta realidad cuestiona la existencia de centralidades significativas y la oposición externo-interno, presupuestas metodológicamente por los estudios de la antropología cultural, como así también sus nociones de espacio, difusión y tradición.

El autor ejemplifica, entre otros, el caso de los alimentos como significación cultural

antes ceñida a pautas locales y regionales precisas y transformadas por la industria alimentaria hasta arribar a los Fast-Food actuales. También problematiza la extendida idea de una "americanización del mundo" fundada sobre premisas difusionistas, ya sean críticas o pronorteamericanas. La mundialización es en estos casos vista como un fenómeno externo a los países que la adoptan, y en donde la imitación aparece como una de las categorías centrales, en tanto que el relativismo cultural que se desprende evita el drama de la desigualdad y las disimetrías de dominación.

El poder surge como algo interno al orden de mundialización, dirá Ortiz, puesto que la lengua no sólo es instrumento de comunicación, sino también de dominación. Los fenómenos de diglosia (coexistencia bilingüística) esclarecen las problemáticas de la mundialización, ejemplificado con la emergencia internacional del idioma inglés, análoga a la subsunción de las lenguas regionales a las nacionales en la conformación y legitimación del estado-nación, justamente cuando decrece la hegemonía económica norteamericana. Las relaciones de poder cultural aparecen entonces, desde esta perspectiva, como descentralizadas, y surge una cultura internacional-popular desterritorializada en la cual los lugares se globalizan. Cada uno de ellos revela el mundo. Ejemplo de ello son McDonalds, free-shops, shoppings, Coca-Cola, Revlon, jeans, televisores, tocadiscos, etcétera. Se trata de un universo habitado por objetos compartidos en gran escala, un mundo que mina las raíces geográficas de los hombres y de las cosas acompañando la deslocalización de los procesos productivos.

La autonomización de los orígenes que envuelve a distintos procesos se funda en el re-conocimiento y la cita, permitiendo un nuevo vínculo entre memoria (ahora internacionalizada) y consumo mediante referencias simbólicas de pertenencia globalizadas que exceden una función económica. Ellas a su vez expresan la falacia de un mundo más plural, democrático, en el cual se realizan los valores humanos universales a despecho de la concentración de las firmas y la segmentación de los consumos. En este contexto aparecen las antinomias centralización-descentralización, patrón-segmentación, homogéneo-heterogéneo, rígido-flexible como realidades excluyentes que anticipan otras de naturaleza más ideológica como totalitarismo-democracia e individuo-masa.

Ortiz nos aproxima, aunque sin explicitarla totalmente, su promesa epistemológica inicial para dar cuenta de cómo la globalización se realiza a través de la diferenciación. En una realidad donde las tradiciones culturales se mundializan depuradas de sus rasgos particularistas para así ser adaptadas a audiencias globales ya habituadas a consumos mundializados, las vestimentas, el cine, las series de televisión, los alimentos, la música, etcétera; conforman fuentes de legitimidad y distinción antes reservadas a los espacios locales, regionales y nacionales. De esta manera las nociones universalistas son resignificadas en términos de una mundialización selectiva de los consumos para la cual lo local aparece como desjerarquizado e incongruente. Su correlato es la utilización por parte de los teóricos del marketing de categorías transnacionalizadas que clasifican y jerarquizan estilos de vida, ahora desprendidos de sus tradiciones y orígenes sociales. Ellas dan cuenta de una moderna tradición basada en una memoria internacional-popular cuyos elementos pueden ser reciclados en cualquier momento y extraídos de otras capas culturales y tecnológicas adivinadas desde fines del siglo XIX.

La concepción moderna pierde así su significado crítico y se convierte en afirmativo; ya no se trata de un ideario burgués en oposición al orden capitalista sino de un estilo de vida donde ser moderno se convierte en el imperativo de ajustarse a la situación actual.

Tomás Calello

## Ciudadanías posmodernas

*Una aproximación a Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización, Néstor García Canclini, Grijalbo, México, 1995.*

No es fácil pensar lo social en medio de las incertidumbres del presente. Al desajuste de numerosas categorías tradicionales con los procesos en curso se suma el riesgo de caer en posiciones fundamentalistas o de no despegarse de lo dado. En la lectura del último libro de Néstor García Canclini se evidencia su voluntad por salirse de tales opciones. Pero hay una tensión que atraviesa el trabajo casi subterráneamente y que recién se hace explícita hacia el final. En el último capítulo el autor expresa con dureza que "una lectura sin ilusiones voluntaristas de las sociedades contemporáneas da pocos motivos para estar en favor de los excluidos y de los explotados". Inmediatamente sostiene que "sólo por amor a los desesperados conservamos todavía la esperanza", citando a Walter Benjamin. Termina de contrabalancear invitando a "emanciparnos del desencanto". Este tipo de actitud, que contrapone desaliento y optimismo sin solución de continuidad, recorre todo el texto y puede incluso agotar al lector que intenta descubrir desde dónde se le está hablando. La estructura de *Ciudadanos y consumidores* —"a mitad de camino entre un libro de investigación y un conjunto de ensayos", al decir del autor— contribuye a dejar sin respuesta suficientes interrogantes como para demandar alguna ampliación futura.

El trabajo se sostiene en investigaciones empíricas sobre consumos culturales que Canclini dirigió en el Distrito Federal y otras ciudades de México. Continúa en la línea de preocupaciones que había desarrollado en *Culturas híbridas*, quizás sin su exhaustividad. El eje vuelve a ser la redefinición de las culturas populares en el marco de una globalización que exaspera las paradojas de la modernización latinoamericana. Esta vez, se propone "desfatalizar" el paradigma neoliberal sin refrendar ningún tipo de "populismos fáciles". Aquello que quiere refutar es el modelo que se instaló en el continente y que sostiene su entrada al mundo globalizado sobre profundas desigualdades y asimetrías sociales.

Ante este panorama, Canclini propone la reformulación del papel de la sociedad civil como posible factor de equilibrio entre estado y mercado.

Bajo la mirada del antropólogo, globalización, mercado y consumo van a ser analizados desde una perspectiva cultural. Canclini sostiene su trabajo a partir de una hipótesis: la esfera del consumo es aquella en la que se reelaboran los sentidos sociales, y el espacio donde se traduce cierta racionalidad que los ordena. Con resonancias de Bourdieu, sostiene además que es a través de esa práctica como se define lo que es públicamente valioso y como los agentes sociales "se integran y se distinguen". Hasta aquí, hay una matriz de investigación que se revela fecunda para aproximarse a una serie de dimensiones culturales.

Puestas en crisis las categorías de clase, de identidad y de lo popular mismo, el autor sostiene que, en principio, las identidades sociales se forman cada vez más en torno al consumo simbólico y menos a partir de procesos productivos. Esta situación lo lleva a conceptualizar ese consumo como un espacio de "lucha por la apropiación de medios de distinción simbólica". La construcción de la identidad, de este modo, se relaciona con "comunidades interpretativas de consumidores". Por otra parte, afirma que la sociedad civil está llamada a reemplazar lo que décadas atrás recibía el nombre de "pueblo". Así avanza sobre su planteo y apuesta a que el mercado sea entendido como espacio de interacciones complejas. Sostiene asimismo que en el consumo residiría el germen de un nuevo modo de ejercer la ciudadanía. Luego, amplía esta afirmación. El consumidor "as-

ciende" a la categoría de ciudadano en la medida en que ejerce una reflexión sobre los objetos en tanto elementos signícos y ritualizados. Tal "acción política" se sostiene en la circulación democrática de los bienes simbólicos.

La conclusión es problemática. En especial, porque él mismo plantea que la configuración socio-económica actual consagra un "nuevo régimen de exclusión", de ribetes planetarios. Tal situación se consolida —entre otros factores— por la reducción de los ámbitos públicos de discusión. ¿Qué tipo de acción ciudadana, entonces, podrá ejercerse si el modelo instala profundas desigualdades y el acceso a los bienes simbólicos es difícil e inequitativo? Incluso, los trabajos de campo cuyas conclusiones se exponen en distintos capítulos, plantean una profunda segmentación en el consumo cultural.

Canclini resuelve la cuestión proponiendo introducir una racionalidad distinta a la del mercado. Esta consiste en la formulación de políticas que garanticen igualdad de condiciones en el acceso a los medios y la diversificación de la oferta. A través de la planificación —que supone una intervención pública— se podrá operar en el área de los "consumos estéticos", a los que considera uno de los factores determinantes de la ciudadanía democrática. Tal resolución lleva a preguntarse acerca de su misma validez teórica: la hipótesis sólo cierra con la presuposición de acciones estatales que, más allá de su inexistencia en el presente, no parecen afectar a los problemas implícitos en ella.

Llama la atención que en un trabajo tan instalado en la reflexión sobre la contemporaneidad (y escrito en México) apenas se haga mención a la innovadora propuesta política planteada por los zapatistas en Chiapas. Especialmente, destacamos esta ausencia en relación al esfuerzo del investigador por responder a los interrogantes planteados por el papel de los sectores populares en las últimas elecciones latinoamericanas. A esta altura, es indudable que existen en ocasiones elementos que revelan la identificación de los subalternos con los sectores dominantes. Sin embargo, concentrarse únicamente en la "sociabilidad primordial", remarcando los rasgos autoritarios que implica, no permite contemplar la compleja dimensión de estos fenómenos. También sorprende que en las últimas páginas del libro Canclini relativice la proyección de tres de los conceptos que orientaron sus exposiciones. Sostiene que el consumo no siempre tiende a formas de racionalidad moderna (en un capítulo había realizado una interesante inversión entre las supuestas racionalidad-ciudadana e irracionalidad consumista); que los movimientos sociales (protagonistas de la Sociedad Civil propuesta como garantía democratizadora) difícilmente intervengan en acciones más allá de sus intereses inmediatos; y reconoce que sus respuestas a la confusa participación política en los últimos años fueron insuficientes.

Aunque sabemos que nada en los procesos de la actualidad facilita la formulación de respuestas, este tipo de contradicciones no dejan de ser perturbadoras. Es real que en su búsqueda de parámetros desde dónde pensar la complejidad, Canclini indaga en caminos de algún modo novedosos. De todos modos, habría que preguntarse acerca de los riesgos que conlleva un estudio, al circular alternativamente por esferas diferentes. El autor realiza, por un lado, especulaciones a partir de observaciones empíricas. Por el otro, se instala en una dimensión política. No sólo al proponer condiciones para políticas culturales continentales, sino también al vincular su teoría con apuestas a un nuevo tipo de ciudadanía y a la constitución de un espacio público que se articule con ella. A la luz de las ambigüedades reseñadas y de la escasa precisión con que se plantean algunos conceptos, una posición de este tipo se torna particularmente inquietante.

Diana Fernández Irusta

## La colección ausente

A propósito de los primeros libros de la colección *Enciclopedia Semiológica: Paratexto* (1994) de M. Alvarado, *Tipos textuales* (1994) de G. E. Ciapuscio y *Discurso instruccional* (1995) de A. Silvestri; Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC.

**Paratextos.** Un recorrido por los materiales que circulan en las cátedras introductorias de lingüística y de semiología permite descubrir una composición fragmentada: ensayos, capítulos de libros, recortes más o menos adaptados, artículos, entradas de diccionario. La falta de textos introductorios o panorámicos que permitan un acceso mediado a los trabajos de especialistas, obedece a varias razones.

En primer lugar, a una tradición de estudio crítico que afortunadamente aún persiste en las universidades estatales. El manual o el libro de texto —reservado a la escolaridad primaria y en menor medida a la secundaria—, al organizar temas y problemas con un lenguaje trasparente, no hace sino fijar un orden (el de un autor) y suprimir todo diálogo entre enfoques o perspectivas diferentes.

En segundo lugar, al estado de una disciplina en plena expansión que —sobre todo en algunas de sus áreas— no ha logrado sistematizar o capitalizar un territorio común, compartido.

Sin embargo, estos motivos no son suficientes para justificar lo que podemos denominar un obstáculo *didáctico*. Con esos fragmentos tropiezan los alumnos que ingresan o que están en los inicios de sus carreras. La dificultad que se les presenta para sortear sus primeras lecturas (que a veces son las últimas) tiene que ver, se sabe, con la falta de competencias adecuadas, producto de una casi inexistente práctica discursiva en su formación escolar. Pero también, con el hecho de que el alumno asiste a un desfile de autores que dialogan con otros autores acerca de teorías que se fundamentan en otras teorías, en una confrontación ilimitada.

La idea de publicar una colección denominada *Enciclopedia Semiológica*, con el respaldo del Instituto de Lingüística y de la Cátedra de Semiología del CBC, en la que se difundan trabajos de especialistas que han ejercido la docencia universitaria, resulta, en este sentido, oportuna. Incluso, podría pensarse como un espacio de divulgación de los aportes de estas disciplinas a quienes no están directamente involucrados en ellas.

Desde ese marco, pudo leerse el primer libro de la colección, *Paratexto*, de Maite Alvarado. Allí se define la naturaleza del paratexto, se describen sus elementos y finalmente se explica la relevancia de estos dispositivos en la comprensión lectora. La presentación de una diversidad de ejemplos (tapas, contratapas, índices, prólogos, glosarios, etcétera) y de consignas, no sólo facilitan el recorrido sino que además permiten manipular el libro como una guía de trabajo.

Estas características fueron, entre otras razones, las que lo convirtieron en una referencia obligada en los talleres de Semiología y de otras cátedras. Precisamente, desde el prólogo, la autora explicita su orientación a los destinatarios: "Hemos optado por el libro pensando en los docentes y alumnos terciarios y de los primeros años de universidad...". Un círculo que se amplió en razón de que muchos docentes primarios y secundarios encontraron herramientas útiles para desarrollar las competencias lectoras de sus alumnos.

Sin embargo, la hipótesis inicial de lectura sobre la colección —un conjunto de textos rigurosos y didácticos (términos que no necesariamente se contraponen) sobre temáticas vinculadas al campo semiológico— debió ser necesariamente revisada con la

aparición de *Tipos textuales*, de Guiomar E. Ciapuscio, y de *Discurso instruccional*, de Adriana Silvestri, los restantes libros de la colección. Y esto, por una simple comprobación: la ausencia de destinatario explícito y de consignas de trabajo.

Una lectura más atenta permite registrar diferencias: el trabajo de Silvestri, al incorporar los aportes de la psicolingüística (para explicar la adquisición de las primeras formas discursivas o para subrayar la relación entre el discurso instruccional y la conducta humana) y abundar en ejemplos (entre los que se destacan las instrucciones de los videojuegos), configura un lector cuyas preocupaciones o intereses estén vinculados al tema del aprendizaje de la lengua (maestros, psicopedagogos, de ciencias de la educación). El de Ciapuscio, en cambio, "orientado fundamentalmente según los resultados de la lingüística textual", presenta muy pocos ejemplos (y aplicaciones) y, a juzgar por la contratapa, apuntaría a los especialistas que tengan como "preocupación central de los estudios del lenguaje" las diferentes taxonomías lingüísticas del texto, desde el sesenta hasta la actualidad.

Una colección —diccionario, mediante— es un conjunto de varias cosas de una misma clase. La propia definición subraya la variedad (que en este caso podría asimilarse a diversidad de enfoques) pero, al mismo tiempo, la pertenencia a una clase, la necesidad de que compartan algo en común, una unidad de fundamento que, por ejemplo, reúna trabajos no por razones de azar o por ser investigaciones en curso sino más bien porque se inscriben en un mismo plan o estrategia general. En este sentido, lo que se puede advertir es que, en las sucesivas apariciones, se fue perdiendo precisamente el carácter de colección.

Sin una página que establezca la línea editorial, el campo de intereses, las características de la colección o los destinatarios del emprendimiento, los libros se agrupan finalmente sólo por sus dispositivos paratextuales: el atractivo diseño gráfico, la serie de instituciones que lo respaldan o el nombre *Enciclopedia Semiológica*.

**Contextos.** O la semiología es un campo cargado de futuro o constituye un territorio en vías de extinción. O se convierte en jerga que incorporan comunicadores y críticos del espectáculo. La colección *Enciclopedia Semiológica*, entendemos, propone otra posibilidad.

En un artículo publicado en el primer número de la revista *Lenguajes* (1974), Eliseo Verón planteaba la difusión y el impacto del estructuralismo y la semiología en Argentina y en Chile. Por un lado, daba cuenta de los distintos modos de inserción de estos "campos de investigación", "orientaciones" o "estilos de pensamiento" —que se asociaban (y asociaban) a dichos rótulos—, en cada uno de estos países.

Su circulación restringida —al ámbito académico, desde 1957 hasta el 1966, y al ámbito privado, dictadura mediante— fue uno de los factores que dejó su impronta en la semiología criolla, esto es: terminó de definir su "destino ideológico". El propio Verón caracterizaba la investigación semiológica del momento como marginada con respecto al contexto social y político del país, lo que "genera en el investigador una orientación creciente hacia la discusión tal como se realiza en los centros internacionales". En síntesis, marginalidad, progresivo distanciamiento, distorsión, incorporación acrítica, constituyen para Verón los rasgos principales que definen el estado de la ciencia por lo menos hasta mediados del '70. Ese era el dilema que el autor —quien defendía una postura científica rigurosa en abierta polémica con Mattelart y Schmucler— traducía en clave de contradicción objetiva entre las *condiciones para producir conocimientos* y las *condiciones para lograr una inserción política*.

El dato (extensa cita recordatoria) puede ser un disparador para reflexionar sobre

el estado actual de la semiología. A diez años de la creación de la cátedra en el CBC y en vísperas (en el momento de redactar esta lectura) del Congreso de Semiótica en Córdoba, presidido honorariamente por Verón, sería oportuno realizar un balance, que nos ayude a repensar el lugar de la disciplina, su inserción en las diferentes prácticas.

No es eso lo que nos proponemos en esta nota. Sin embargo, la aparición de tres títulos bajo el nombre de *Enciclopedia Semiológica* puede permitirnos realizar un examen (obviamente incompleto) acerca de lo que hoy se entiende —al menos desde el ámbito institucional— por el término "semiología".

Por los temas planteados en los primeros libros —paratexto, tipos textuales, discurso instruccional—, la colección tiende a identificar semiología con lingüística. Sobre todo en *Tipos textuales*, libro que puede servir como emblema de la colección y, en ese sentido, como una apuesta fuerte a una concepción de los estudios del lenguaje. En su descripción de los diversos modelos (desde Weinrich hasta Heinemann y Vieweger), valioso aporte en cuanto a la difusión de textos casi inaccesibles, la investigación de Ciapuscio delimita su objeto —las tipologías— en sintonía con enfoques que, más allá de reconocer en mayor o menor grado la importancia de la situación comunicativa, desplazan todo enfoque sociolingüístico, es decir, toda consideración de las complejas relaciones discurso/realidad (no por complejas y mediadas, inexistentes). En otras palabras, una línea de la lingüística que aún no ha podido desprenderse de las marcas de su fundación: descriptiva, taxonómica, inmanente, pretendidamente neutra. En este panorama, la figura de Bajtín emerge como la de un precursor más o menos lejano, pero que apenas se lo considera por el hallazgo de un concepto tan económico como el de "género discursivo".

Por las problemáticas abordadas en la colección parecería ser que el destino de la semiología —o de la semiolingüística— fuera el de convertirse en una herramienta útil para "comprender" y "discriminar" textos con el objeto de lograr un aprendizaje eficaz o de ampliar nuestra capacidad comunicativa. No resultaría una tarea menor si —volvemos al punto de partida— la colección estuviera pensada para su implementación en el ámbito educativo (y no sólo en el nivel universitario ni específicamente para las carreras afines). Ahora bien, como único destino, supone más bien una condena (e ignoramos cuál habría sido su delito), una restricción temática del universo del discurso (en clave de Kerbrat), un procedimiento de exclusión (en clave foucaultiana) o, más sencillamente, una *resignación* (en su sentido más fuerte) *ante los signos de este tiempo*.

En quienes la imaginaron o colaboraron en su fundación, estaba la idea de que constituiría una herramienta insustituible que traspasaría todas las ciencias, para "desbabelizar" el lenguaje (Morris), todos los discursos, para "dar cuenta en detalle de la mistificación que transforma la cultura pequeñoburguesa en naturaleza universal" (Barthes). O, en estas orillas, un instrumento para develar los sentidos ocultos, ideológicos, que atraviesan los lenguajes sociales (postura compartida, aunque desde perspectivas diferentes, por Verón y Schmucler, hace dos décadas).

A juzgar por los primeros ejemplares de la *Enciclopedia*, aquel deslumbramiento que afectara al primer Barthes y a quienes se aproximaron por primera vez a un texto de semiología (una estudiante lo traducía en "me partió la cabeza"), se ha debilitado. O, tal vez, el mercado exija ahora otros brillos. En todo caso, no es sólo la estructura lo que está ausente sino también toda una tradición de la semiología.

Santiago J. Gándara



# Estrategias semióticas

A propósito de *Tácticas de los signos* de Paolo Fabbri, Barcelona, Gedisa, 1995.

"Nunca es fácil borrar los rastros  
que uno deja al borrar los rastros"

Resulta difícil elegir una frase disparadora que dé cuenta de un trabajo semiótico que se resistió por años a convertirse en libro, siempre una suerte de clausura parcial de la semiosis infinita. La disposición de Paolo Fabbri a reunir un conjunto importante de artículos aparece como un gesto que corresponde más a una demanda exterior que a un cambio sustancial en las formas de intervención teórica. Un texto en donde, paradójicamente, proliferan definiciones de la semiótica, con rasgos líricos y lúcidas analogías que nunca llegan —criteriosamente— a la publicitaria sloganística "es una manera de andar", conocida reflexión de reciente Congreso criollo de la disciplina.

Así desfilan frases tales como la semiótica es una hagiografía o la lingüística y la semiótica son la continuación de la filosofía por otros medios o la más ocasional de "la semiótica es una jerarquía de relaciones". El intento de Fabbri, quizás a pesar suyo, se transforma en una búsqueda constante de una memoria (pasado y futuro del signo), la de las tradiciones epistemológicas de la semiótica.

La perspectiva de Fabbri, imbricada no mecánicamente "en" las preocupaciones de Eco, privilegia una serie de temáticas, vinculadas todas ellas a la sociedad del secreto, sea tanto en clave del "totalitarismo" soviético como en los sistemas que en Occidente están en función de la abolición completa de la transparencia, por otra parte casi nunca vigente. En este marco, Fabbri oscila sus análisis entre la sofisticación interpretativa de los códigos del secreto (reversibilidad, espía, delator, agente doble, soplón en la URSS), que llevan al nivel exponencial la tarea semiótica y el análisis de la sociedad informatizada: "La computarización de las sociedades contemporáneas y la necesidad de preservar mensajes y textos en un medio cada vez más absorbido por los problemas de seguridad suscitan la formación de un verdadero mercado de lo secreto en el cual sin embargo solo existen todavía pocas disposiciones legales referentes a las diversas formas de falsificación y piratería".

La política semiótica de Fabbri (la otra cara de una semiótica que se politiza porque tiende a hablar el poder en el disimulo de su máscara) deviene en escepticismo; en la sociedad del simulacro hay indenificación para los hombres comunes.

La paradoja de lo real confirma la opacidad y se vive con cierta angustia: "Ahora sabemos un poco menos sobre lo que se había sugerido como posible, pero sabemos más sobre lo que tal vez no sepamos nunca"

Los signos del secreto dominan incluso cuando dicen la verdad, otro aspecto del discurso del poder (político) que Orwell analizó en su oportunidad y que se convierte en Fabbri en homenaje a quien diseñó; una política de denuncia lingüística para el lenguaje de la denuncia. Entre el eufemismo y la metáfora, decía el novelista. Programa de codificación que había que profundizar para analizar las novlenguas, su standardización.

## DE LA RAZON DE LOS SIGNOS A LOS SIGNOS DE LA PASION

Determinados temas permiten reconstruir una cronología de intereses teóricos en la semiótica de Fabbri; a mediados de los años ochenta y dentro de un "clima" semiótico común a Greimas, Parret, entre otros, las pasiones "cobran" sentido (dirección y significa-

do) en el marco de un intento de superar hermeneútics "derivadas" (del psicoanálisis y la filosofía). Un buen lugar de partida es el retrato que "no está allí solo para representar (remitir a un referente) y significar (construir un sentido y comunicarlo) sino también para expresar la emoción (y provocarla).

El intento de revisión de los paradigmas que se hicieron cargo de las pasiones implica sobre todo formular un salto que supere el estadio "semántico" greimasiano aunque en principio supone compartir el programa global de la intervención de la Escuela de París, es decir: "desarrollar (con las pasiones o emociones) una disciplina general de los sistemas y de los procesos de significación —es decir, una semiótica con vocación antropológica— que anuncia una metodología de las ciencias humanas".

No obstante este propósito las dificultades se presentan cuando se ingresa al necesario momento de codificación de las pasiones (tanto en la organización de sus unidades semio-semantizables como en el nivel discursivo-retórico). Al descartar modelos de análisis de las pasiones que partan de conjunto de "rasgos" (círculo vicioso del retrato) o de los "prototipos" (condicionamiento gestáltico, lectura anticipada), la versión particular de Fabbri acerca de las pasiones, "su" economía política de las pasiones opta por privilegiar el nivel de lo "semisimbólico", ese lugar de las categorías y transformaciones y no del signo. Desde su utilización para el análisis del iconismo, de las imágenes y de la gestualidad, lo semisimbólico se traslada a la sistematización de las pasiones, incorporando una categoría que hibridiza su estudio a partir de integrar los tradicionales acercamientos a lo analógico y digital, el quantum y la unidad, la entonación y la palabra.

## POSMODERNIDAD Y SIGNOS: LA HERMENEUTICA DEL SUJETO

La "importancia" de la aparición del libro de Fabbri se agota en su resolución editorial, ya que todos los textos son conocidos, sin embargo, su lectura global nos permite retomar el estado de la cuestión acerca de la disciplina semiótica, en cierta manera entronizada como llave interpretativa por la posmodernidad, quizás justo en el momento de su canto del cisne. Lo interesante del texto de Fabbri es la constante puesta en discusión de la teoría en cada acercamiento "temático", de allí la proliferación de definiciones de semiótica que atraviesan artículos tan disímiles en sus objetos de estudio.

Si bien resulta claro el programa de intervención de Fabbri (que está citado y correctamente criticado por Verón en el Prefacio), su vinculación con el "ambiente" (signos y razones, pasiones y valores) de la posmodernidad goza de una inquietante ambigüedad, quizás la misma que aparece en el influyente Baudrillard. Nadie le exige a la semiótica que tenga como horizonte la verdad y menos, como plantea Fabbri con respecto al lenguaje, "algún tipo de reenvío a ningún mundo real", pero la fascinación de y por el enigma y el secreto (sin tanto interés por el momento de circulación) que envuelve la actividad semiótica de Fabbri sin bien oxigena el siempre presente aspecto conspirativo y, por qué no, manipulatorio de los discursos (tácticas y estrategias, modalidad y simulación), termina por construir de un laberinto interpretado una interpretación laberíntica. Una hermeneútica, no tomada en préstamo, instalada en el sujeto. Una suerte de paranoia. Y como sabemos sólo se huye de la paranoia como paranoico.

Carlos Mangone

# Espacios

de crítica y producción

Publicación de la Facultad de Filosofía y Letras - UBA

**Comité de Redacción:**

Jorge Dotti, Gladys Palau,  
José Saizón y Pablo Gentili

**Asesor Editorial y Secretario de Redacción:**

Carlos Dámaso Martínez

El precio de la suscripción por tres números es de US\$ 24.  
Instituciones US\$ 30. Exterior agregar US\$ 8.

Los pagos deben efectuarse mediante cheque bancario a la  
orden de la Facultad de Filosofía y Letras. Secretaría de  
Extensión Universitaria y Bienestar estudiantil, en Puan 470,  
(1406) Buenos Aires, Argentina.

**Editores responsables:** Carlos Dámaso Martínez  
Gladys Palau.



## Film

revista de cine

Wenders  
Spike Lee  
Moretti  
Judge Dredd  
Rohmer  
Historias Breves  
Dossier:  
Música y cine

## FM LA TRIBU

88.7 MHz

Lambaré 873 Almagro  
Tel: 864-0489

FM

88.7 MHz

864-0489

LA TRIBU

## Bibliográficas

### DE LA SEMIOTICA A LA ESTETICA. ENUNCIACION, SENSACION, PASIONES

Herman Parret

Buenos Aires, Edicial, 1995. 194 páginas.

Es la última obra (noviembre de 1994) del semiólogo belga. Parret critica el injustificado triunfalismo al que llevó el alcance "total" de la metodología semiótica. Lo absurdo de semejante gesto radicaría en la pérdida de "todo contacto con los fenómenos a describir y explicar" generada en "un constructivismo y en un formalismo salvajes"; en su permanente búsqueda de las estructuras profundas y universales, la semiótica ha perdido —según Parret— el interés por la "inagotable riqueza de los fenómenos".

Por otra parte, —y en este punto radica la base de la obra— la semiótica ha caído en el reduccionismo de considerar al ser humano productor de sentido exclusivamente en su facultad cognitiva y en sus prácticas intelectuales, como si el sujeto no fuera un "ser de pasiones", de motivaciones opacas y difícilmente confesables. En este sentido, para Parret, la "razonabilidad" no sólo debe situarse en la cognición y en la producción inteligente de una vida mental sino también, en la capacidad que tiene el hombre de detectar y explorar las cualidades sensibles de los objetos. Desde una particular visión dentro de la Filosofía del Lenguaje, la obra aboga por la apertura de la semiótica hacia la estética definida como "doctrina del conocimiento sensible"; así, rescatando la concepción peirceana del interpretante dinámico como esencialmente emocional, como evento real, la semiosis es concebida no ya como una proyección intelectual sino como un universo de pasiones que implica el reconocimiento de una nueva densidad del objeto semiótico y, desde ya, de las limitaciones de la perspectiva semiótica tradicional.

Los títulos de los capítulos aluden, en términos de Parret, a la "co-subjetividad del ser-en-el-mundo": el sujeto narra, mira, escucha, toca: vive en el tiempo, hace creer que lo que dice es verdadero, pone en discurso sus pasiones con y entre los otros.

La obra comienza por plantear las peculiaridades de la voz humana ("Hablar") en el sentido de la sensualidad de la escucha, como algo plenamente corporal, "como pedazo de cuerpo que va alejándose". En "Decir la verdad", el autor sostiene que la palabra se caracteriza por la pasión por la verdad: quien habla es un "veredictor", hablar es —ante todo— crear espacios de certidumbre. "Decir las propias pasiones" propone una lectura de las pasiones que se hacen presentes en el discurso a partir de las técnicas de la performatización —toda secuencia discursiva estaría modificada por una fuerza performativa— y la figurativización —las figuras retóricas serían una marca de las emociones—. En cuanto a la narración, Parret intenta demostrar que, en lugar de responder a un esquema narrativo universal, el contar supone un despliegue sintagmático pasional que no puede manejarse "lógicamente": "cuando mythos sustituye a logos es que pathos busca un medio para investir sus virtualidades". Hacia el final, la experiencia estética es concebida como el resultado de las notables sinestias de las que es capaz nuestro cuerpo ("el ojo escucha, el oído ve"), la temporalidad como una instancia egocéntrica y la seducción como espacio de exclusión de toda racionalidad argumentativa ("la seducción es el escándalo del cuerpo hablante").

El ensayo es interesante, sugiere una perspectiva novedosa y plantea una crítica justa sin caer en rigideces clasificatorias. Se lee con ganas.

Ana Atorresi

## LAS PASIONES. ENSAYO SOBRE LA PUESTA EN DISCURSO DE LA SUBJETIVIDAD

Herman Parret

Editorial Edicial, Buenos Aires, 1995.

Traducción de Jacqueline Donoyan.

250 páginas.

Alguna vez se dijo que la semiótica y la filosofía tenían características opuestas porque la filosofía producía concepciones complejas para asignarlas a palabras simples, y la semiótica creaba términos complejos para nombrar obviedades. Sin embargo, para Herman Parret, belga y filósofo del lenguaje, este cruce complicado entre filosofía y semiótica no es intransitable.

En *Las pasiones...* Parret toma las doctrinas y tipologías de las pasiones propuestas en los grandes sistemas filosóficos de Descartes, Hobbes, Spinoza, Locke, Leibniz, Hume, Kant como paradigmas semánticos para someterlos a un análisis semiótico estructural basado en Peirce, Hjelmslev y Greimas (la sintagmática pasional sería equivalente a la estructura prototípica del relato de Greimas). "La semiótica puede ocuparse de una sistematización de las pasiones en tanto pueda postularse la existencia de un *texto* de las pasiones que *precede* a su enunciación y pueda ser objeto de una gramática profunda", explica.

La subjetividad es entendida como condición de producción de la enunciación. Lo que se enuncia en el discurso es el sujeto como pasión, es decir, la curiosidad, la solicitud, el entusiasmo, el reconocimiento, la manipulación y la seducción. Pero esto no se transparenta necesariamente: la subjetividad es un *abismo* de pasiones.

Esta *profundidad* del sujeto —término tan poco de moda— alcanzaría la *superficie* en la puesta en discurso, que respondería a la existencia de ciertas *reglas de producción* en un *recorrido generativo*. Si bien el modelo que propone es generativo, Parret quiere

distinguirlo del de Chomsky, cuyo concepto de competencia considera "corrupto y psicologizante".

Respecto a su concepción del sujeto, Parret no considera ninguna subjetividad ontológicamente independiente. Interioridad y exterioridad son para él organizadores conceptuales, no recortes ontológicos. La competencia pasional es una potencia de acción. El sistema de condiciones de posibilidad de la competencia pasional que propone se basa en el paradigma kantiano: toda competencia ("facultad", para Kant) funciona como un sistema de condiciones de posibilidad a dos niveles: en tanto condición de posibilidad de todo acontecimiento teórico y de toda acción práctica (relacionables con la razón pura y la razón práctica kantianas) y como precondition de posibilidad de esas condiciones (en tanto la *Crítica del juicio*, como estética, es considerada una metacrítica de la *Crítica de la razón pura* y de la *Crítica de la razón práctica*).

Brillan por su ausencia en este libro sobre las pasiones obras del siglo XX (como no sean las de los semiólogos) o anteriores —Freud o Lacan o Nietzsche— pero de influencia decisiva en los modos de la sensibilidad de este siglo. En cambio, Parret analiza la perspectiva fisiologista de Theodore Ribot (*La logique des sentiments* de 1905 y *Essai sur les passions* de 1907), la *Summa teológica* de Tomás de Aquino y el Diccionario Robert de la lengua francesa.

Carmen Crouzeilles

## SEMIOTICA DE LAS PASIONES. DE LOS ESTADOS DE COSAS A LOS ESTADOS DE ANIMO

Algirdas J. Greimas y Jacques Fontanille

México, Siglo XXI, 1994. 278 páginas.

Sobre el continuo del mundo, la semiótica postula la necesidad epistemológica de establecer una discontinuidad, el reconocimiento y la clasificación de unidades discretas que el sujeto cognoscente será capaz de integrar determinando así las primeras articulaciones de la significación, los horizontes de sentido.

Tal axioma sin embargo —y ésta es la ampliación que diferencia el volumen que aquí se comenta de las investigaciones anteriores de Greimas a la vez que funda su desafío—, obliga a imaginar por "debajo" de ese hacer del sujeto un marco de condiciones que le son previas. Los autores intentan describir el funcionamiento de ese universo anterior a la discretización conforme a dos conceptos de base, *tensividad* y *foria*, los cuales dan cuenta de ese "más acá" de los mecanismos de la enunciación, la *propioceptividad "salvaje"* que reclama su derecho en tanto "sentir" global.

A partir de entonces, afirman Fontanille y Greimas, es posible trazar los lineamientos de una teoría de las modalidades que, extensivamente, se dirija hacia el estudio del carácter representacional de toda manifestación "sensible", ese aroma equívoco y difícil de apresar con que los estados de ánimo se asoman a la superficie del discurso.

El primer objetivo es, entonces, caracterizar la organización discursiva de las estructuras modales.

Siguiendo un movimiento doble y clásico de la ciencia, de carácter hipotético-deductivo, hacia "arriba", e inductivo, hacia "abajo", las configuraciones pasionales se concretizan frente al semiólogo en el cruce de, por un lado, ciertas condiciones y

precondiciones epistemológicas particulares; por el otro, las apariciones específicas de la enunciación; y, finalmente, determinados paradigmas culturales, y por ello históricos, constituidos como "primitivos" o en proceso de constitución.

Se trata de un desplazamiento que va desde el magma de la protensividad y sus valencias hasta su emergencia en las formas de sujeto-objeto, las casillas del *cuadrado semiótico* (saber/querer/poder/deber) y sus correspondencias sintáctico-actanciales.

En el primer recorrido "la protensividad del sujeto se convierte en acto y ese sujeto deviene sujeto operador; una evolución como ésta se inscribe en la definición misma del devenir, puesto que la conservación de un desequilibrio 'positivo' no puede llevar más que a su acentuación"; después, se trata de detectar el conjunto de operaciones que "evacua las modulaciones susceptibles de delinear las sombras del valor (sus valencias) y las reemplaza por las estructuras elementales de la significación", estructuras que los autores denominan "espectáculo del mundo cognoscible".

A partir de allí, el libro dedica los capítulos segundo y tercero al análisis de la avaricia y los celos. Dichas pasiones agrupan en su despliegue la constelación de sus sentimientos antónimos y sinónimos, sus excesos y carencias, las praxis enunciativas, los roles temáticos y patémicos, los constituyentes sintácticos, las diversas modalizaciones, las formas canónicas y sus variaciones. Es decir, la puesta en acto y en *metodología* de aquel primer capítulo ("La epistemología de las pasiones"), por la cual desfilan provechosamente y en primer lugar una cantidad de ejemplos literarios (desde Otelo hasta Proust, Eluard, Aragon, y Camus), a los que se suman textos filosóficos en abundancia (Platón, Aristóteles, Descartes, Kant, Hegel, Kierkegaard), también Freud y la antropología, hasta tipos de discurso como el pedagógico, los refranes y dichos populares.

*Semiótica de las pasiones* es un libro difícil, que hace incluso de la coherencia de estilo una exigencia de rigor de la teoría y el método. Es una obra para especialistas, pues supone, por lo menos, un conocimiento importante de las obras clásicas de Algirdas Greimas, uno de los fundadores de la semiología europea, fallecido en 1992. Un problema suplementario queda planteado por las dificultades de traducción, ya que en el texto original francés —de 1991— se abunda en términos y construcciones que no tienen equivalentes exactos en español, razón por la cual los traductores se vieron obligados a utilizar una serie de neologismos, en algunos casos, y retorcidas perífrasis en otros, volviendo la lectura todavía más cerrada y empujando al esforzado e intrépido lector al acercamiento intuitivo o metafórico de muchos de los conceptos que se vierten.

Una última observación sobre las pasiones. Hace ya más de una década y media (a partir de textos de Barthes, Kristeva, Todorov, entre otros), y como lo analizan algunas bibliográficas de este número de **Causas y Azares**, la cuestión de los sentimientos ha ido ganando un territorio que poco tiempo antes hubiera parecido inimaginable. Más allá de las posibles claves de interpretación sociológica o ideológica que siempre subyace en las elecciones temáticas, quizás se trate de una compensación por aquellos duros y desalmados orígenes estructuralistas tan ajenos, al menos en la apariencia, a cualquier tipo de efusión romántica.

Si esto es así, el libro de Greimas y Fontanille falla; por más que lo estruje, difícilmente alguien pueda obtener de él una gota de almíbar.

Jorge Warley

## LA INVENCION DE LA COMUNICACION

Armand Mattelart

Bosch Casa Editorial; Barcelona; 1995.  
408 páginas.

El pensamiento de Armand Mattelart llega una vez más a nosotros. *La invención de la comunicación* implica un nuevo aporte del prolífico autor belga a su ya completa reflexión teórica acerca de la comunicación.

El libro, editado en francés el año pasado, fue publicado en castellano gracias a una cuidadosa traducción de Gilles Multinger —por momentos excesiva, pero siempre respetuosa del pensamiento del autor—.

Si en su libro anterior, *La comunicación-mundo*, Mattelart se proponía dar cuenta de los modos a través de los cuales se había constituido un nuevo espacio geopolítico mundial (en parte gracias a los medios masivos de comunicación), ahora desarrolla un abordaje distinto y complementario a la vez.

Una vez más, el recorrido de Mattelart es histórico. Una vez más, la reflexión se pone al servicio de una "re-materialización" de la Comunicación.

En este sentido Mattelart es de una consecuencia enorme. Así como ayer afirmaba que la Guerra del Golfo nos demostró que la economía mundial giraba alrededor del petróleo y no sólo de la información, hoy rastrea los orígenes de cada una de las metáforas que han configurado el concepto hegemónico de Comunicación. Una definición funcional, sustentada por metáforas anatómicas y legitimada —entre otras cosas— por las "bondades" de la circulación y del libre flujo. Un concepto que permitió, además, confundir a la comunicación con los medios, negando a la primera en ausencia de los segundos.

El libro comienza con una cita extraída de la Enciclopedia de Denis Diderot: "Comunicación, este término tiene un gran

número de acepciones". A partir de allí, Mattelart dará cuenta de la multiplicidad de ideas que convergieron en una definición positiva de la disciplina: reparto, comunidad, contigüidad, continuidad, encarnación y exhibición, son tan sólo algunas de las tantas que conformaron al concepto durante el siglo XVIII.

Sin embargo, nada más lejano al enciclopedismo superficial que un nuevo libro de este autor. En los últimos años, lo hemos visto afirmar una y otra vez su honda preocupación por dos fenómenos que avanzan de la mano: la polisemia de la palabra comunicación y la existencia de un campo "joven y aún mal desmalezado".

*La invención de la comunicación* se subdivide en cuatro partes, en las que se reconstruyen en forma histórica los siguientes conceptos comunicacionales básicos: el flujo, el vínculo, el espacio y la medición.

La primera parte, "La sociedad del flujo", reconstruye las relaciones entre el nacimiento de una "ciencia útil" y las metáforas orgánicas del siglo XVII. Mattelart afirma que comprender el problema de la "domesticación" de los flujos, permite analizar la relación entre el nacimiento de la comunicación moderna, y las ideas de progreso y sociedad perfectible que todavía hoy la acompañan.

La segunda parte, "Las utopías del vínculo universal", comienza rescatando el pensamiento de Saint Simon, para luego analizar las relaciones entre la idea de Red de Comunicación y la de Mundo Solidario. A medida que la reflexión se adentra en el pensamiento del siglo XIX, vemos cómo se van desfasando, poco a poco, las promesas y los hechos, las doctrinas y las políticas.

En la tercera parte del libro llamada "El espacio geopolítico", Mattelart retoma algunas de sus preocupaciones tradicionales como, por ejemplo, el problema del imperalismo —político, económico y cultural—, la relación centro/periferia y las configu-

raciones regionales, enriqueciendo además su pensamiento con referencias al pensamiento estratégico y a la propagación simbólica. En esta parte el autor se propone construir una genealogía de las visiones geopolíticas de la comunicación.

Finalmente, "El individuo-medida", última parte del libro en la que se da cuenta de cien años de "mensurabilidad". De las multitudes al Marketing, pasando por los medios masivos, Mattelart da cuenta de los modos en que se terminó de configurar un "objeto" *quasi* perfecto y a la medida del análisis funcional.

En los últimos tiempos, Mattelart nos ha señalado una y otra vez los riesgos teóricos y políticos que implica la naturalización de ciertos conceptos comunicacionales. Al tiempo que la ideología de la empresa y sus variables de management inundan la vida pública planteándose como el único tipo de relación social posible, el campo de la Comunicación parece difuminarse ante nuestros ojos.

En este libro Armand Mattelart toma a su cargo la difícil tarea de "re-historizar" algunos aspectos centrales de la Comunicación. Quizás de esa forma logremos escapar, aunque sólo sea por un momento, al pálido fetichismo que ella implica y a la enorme fascinación que nos arrastra.

Marina Calvo

## TO BE CONTINUED... SOAP OPERAS AROUND THE WORLD

Robert C. Allen (editor)

London, Routledge, 1995, 398 páginas.

Las telenovelas y soap operas circulan en mercados internacionales. Hace tiempo que son objeto de estudio en la investiga-

ción en comunicación. Pero es más nuevo el abordarlas seriamente, sin descalificarlas a priori.

Robert C. Allen trabaja sobre la significación cultural de formatos y discursos televisivos. Es autor de *Speaking of Soap Operas* (1985), fundamental para comprender las novelas estadounidenses, y editó dos tomos de *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism*. Es compilador de *To be continued... Soap Operas Around the World*. Sin el proceso de internacionalización mencionado, este volumen no existiría. Porque se trata del primero en que dieciocho investigadores analizan las implicancias endo e interculturales de telenovelas de todo el mundo: inglesas, norteamericanas, galesas, australianas, chinas, hindúes, latinoamericanas, alemanas.

Dice Allen en la Introducción que las telenovelas y soap operas "constituyen una de las formas de relato más populares y resistentes jamás inventadas". Se trate de narrativas con cierre —el caso de las latinoamericanas—, o abiertas —como las del norte, en las que la historia puede extenderse por años—, comparten la estructura seriada: se interrumpen para continuar en la siguiente emisión. Y el éxito, mediado por la industria, en países con una larga relación con el género —los de América Latina y los anglosajones— y en otros donde el contacto con esta forma es reciente.

El libro se inscribe en las corrientes de análisis cultural en boga. Tres zonas cruzan distintos artículos:

- La relación entre telenovelas e identidades: en el sentido de la reformulación de los conceptos de identidades y de nación (Lisa Rofel en China; Alison Griffiths en soaps galesas), en el juego entre memoria e identidad (Jesús Martín Barbero en América Latina, Philip Lutgendorf en la India o el realismo que define a las inglesas, Christine Geraghty).

- Los contactos entre identidades y nove-

las son estrechos. En el nivel temático, la identidad es el formante básico de la textualidad de las telenovelas. Allen señala que todas comparten la revelación de una paternidad escondida. Y en esta etapa de globalización/localización, la circulación de telenovelas en mercados diversos, propone lecturas interculturales: las formas en que son consumidas o producidas por distintas culturas. Muchos artículos se basan en estudios de audiencias, en trabajos de campo específicos. Se analiza la circulación europea de las soaps australianas (Stephen Crofts, Ien Ang y Jon Stratton), de las soaps norteamericanas en Alemania (Gabrielle Kreutzner y Ellen Seiter), de la producción latinoamericana en los canales hispanos de EE.UU. (Ana López) o en Rusia (Kate Baldwin); las audiencias de soaps en Trinidad (Daniel Miller) o de novelas hindúes en Londres (Marie Gillespie).

- La relación entre el género (genre) soap opera y género (gender). Varios artículos analizan la soap opera como género construido y considerado "para mujeres". Charlotte Brundson da cuenta de la profusa relación entre telenovelas y corrientes teóricas feministas, o Louise Spence, del placer y reconocimiento de las convenciones en las espectadoras. Joy Fuqua, el tratamiento de minorías negras y homosexuales; Laura Mumford, los tópicos tradicionales de paternidad, aborto, embarazo, en la textualidad de las soaps.

- También está la comprensión de la estructura narrativa de las telenovelas, (Allen), de la serialidad (Allen y Roger Hagedorn), y de las reglas de la industria que determinan, por ejemplo, la preeminencia del personaje —el rol— por sobre el actor que lo interpreta en las norteamericanas (Jeremy Butler).

Allen finaliza señalando que estos estudios continuarán. Si éste rinde cuenta de las maneras en que se está observando un género que el campo intelectual demoró

en reconocer como objeto de estudio, es de esperar que los próximos den cabida también a cuestiones de producción, técnicas, industriales, de mercado, de programación, que las atraviesan y determinan, como productos de la industria cultural.

Nora Mazziotti

### BORIS SPIVACOW. MEMORIA DE UN SUEÑO ARGENTINO

Entrevistas de Delia Maunás

Editorial Colihue, Buenos Aires, 1995,  
286 páginas.

Boris Spivacow fue uno de los editores más importantes de las últimas décadas en la Argentina. Audaz, imaginativo y perseverante, modificó desde sus editoriales el mercado de libros local. Respetuoso de las ideas ajenas, y consecuente con las propias, fue un polo aglutinador de intelectuales en los años '60 y '70. Maunás recorre en su entrevista la vida de Boris y sus dos grandes obras: **EUDEBA** en el ámbito público, y el **Centro Editor de América Latina**, una empresa privada que tal vez estuviera en el borde de lo público.

A Spivacow le gustaba decir que fue "editor por casualidad" —soñaba con ser un gran matemático, ajedrecista o un buen escritor—. Como editor igual fue matemático: buscaba y aplicaba las más diversas fórmulas para hacer rendir al máximo la resma de papel, y optimizar costos para ofrecer precios bajos; fue también ajedrecista: pensó tácticas y estrategias para sus editoriales, para lanzar nuevas colecciones, innovar en la distribución, llegar al público masivo, sobrevivir a las crisis; y nunca dejó de ser escritor: Boris hacía de cada cosa una historia a ser narrada.

Trabajaba desde la "pasión razonada",

un cóctel de placer por el razonamiento e inacabable entusiasmo por las publicaciones. Trabajaba por la cultura, para Spivacow, elemento primordial de la transformación social, junto con la lucha política. Ser editor "para mí —Spivacow— ha sido siempre formar al público. (...) tratar de encaminar al público en cierta dirección, tratar de ampliar las cosas mejores que hay en su mente, en sus sentimientos (...) pensando que era bueno que el público conociera distintas formas del pensamiento humano (...) No pretendo que la gente piense como pienso yo, pero trato de que la gente aprenda a pensar, aprenda a interpretar sus sentimientos".

Su memoria —y la de varias generaciones que crecieron con sus libros, lucharon por sus ideas, e hicieron de la universidad pública un espacio de debate y reflexión— es la que se muestra en *Boris Spivacow. Memoria...* Maunás deja que el entrevistado hable, y Boris cuenta una historia —la suya—, se cuenta y cuenta también una época, que quizás hoy ya no sea la suya.

Es asimismo una memoria que está todavía en los protagonistas. El trabajo de Pesce incluido en el volumen reconstruye esa historia y la del editor. Hablan también quienes lo acompañaron en distintos momentos de sus 50 años en el campo editorial. Son, también, testimonios de una época. En la que era posible pensar el libro masivo, con poder transformador y emancipador. Cuando por momentos la historia se jugaba en los ámbitos públicos. Testimonios de quienes trabajaron junto a Spivacow, en **EUDEBA** y en el **CEAL**, aguantando dictaduras, soportando intervenciones y quemadas de libros. Son testimonios que hablan de derrotas y alegrías, de las destrezas del editor, y de sus rabiets. Y lo hacen desde el amor al libro. Como el que profesaba este matemático puesto a editor, un judío sin dios, pero con fe. En los lectores.

Lucila Schonfeld

## LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO

Guy Debord

Edición crítica y prólogo de Christian Ferrer, La Marca (biblioteca de la mirada), Buenos Aires, 1995. 211 páginas.

Los sonoros ecos rousseauianos que se dejan oír entre las páginas de este viejo y actual libro de Guy Debord no deben sorprendernos: muchas veces se ha señalado (por ejemplo, pero no únicamente, en los siempre sagaces escritos de Carole Pateman) la familiaridad del tipo de argumentos esgrimidos por Rousseau contra la lógica de la representación, la corrupción de los tiempos y la pérdida de la unidad primitiva del mundo con las razones desplegadas sobre estos mismos tópicos por los exponentes de la tradición anarquista de la que Debord —animador fundamental de la experiencia estético-política del “situacionismo” de los años '50 y '60— es un heredero tan inequívoco como prudente y reflexivo. Sólo que aquí esos viejos motivos de la temprana condena de las formas de despliegue de las fuerzas de la modernidad se ven enriquecidos por una aguda revisión de los grandes desarrollos de la filosofía crítica de los dos últimos siglos, desde las clásicas formulaciones marxistas sobre el fetichismo de la mercancía hasta la teoría de la cosificación de György Lukács, lo que le permite a Debord elevar al estatuto de categoría teórica fundamental, que resume al mismo tiempo que unifica e informa todas las esferas de la vida social moderna, lo que en el autor del *Contrato Social* tenía apenas el valor de una feliz alegoría: el espectáculo.

Porque para Debord el espectáculo es, para decirlo rápidamente, la expresión culminante del desarrollo de una sociedad sostenida —en la esfera económica no menos que en la política— sobre los principios, complementarios, de la representación y la escisión. En efecto: tanto el desarrollo de

las matrices productivas que promueven el distanciamiento de los hombres entre sí y respecto a su producto como el despliegue de las formas de organización de las sociedades sostenidas sobre la separación entre las burocracias dirigentes y una ciudadanía reducida a pasiva y muda platea (o teleplatea) tienden a volver espectaculares (esto es —dice Debord—: falsos, degradados e irreales) los intercambios sociales. Sólo cabría reprocharle a Debord que, en su obsesión por la crítica de las formas y el destino de la experiencia soviética (desde ya que sutil, y hoy, por razones obvias, doblemente remarcable), se empeñe en pretender que “la concentración de lo espectacular corresponde esencialmente al capitalismo burocrático”, privándose de la posibilidad de extender su cuidadoso análisis a las múltiples, cotidianas y casi evidentes formas en que esa espectacularización de la vida encuentra ocasión de desarrollarse en el seno de las instituciones políticas —que en tantos sentidos le son homólogas— de los liberalismos democráticos occidentales.

Pero decía: el espectáculo como culminación de una forma de sociedad sostenida sobre la lógica de la separación entre las personas. Y que —habría entonces que agregar— encuentra también en él su principio de inteligibilidad, de unidad en la separación, de autopercepción enajenada pero también verdadera. Mejor: de la percepción de la verdad profunda de su enajenación y de su colonización. Porque si la forma espectacular de la sociedad moderna consagra por un lado, como distancias y separaciones espectaculares, la distancia y la separación entre las personas a las que la dinámica del sistema social conduce de modo inexorable, por otro lado ella es también la sede donde la sociedad se reconoce y se confirma como lo que es: apariencia, monólogo del poder, negación del diálogo y de la vida. De ahí que una crítica de la sociedad del espectáculo sólo pueda ser sos-

tenida en un movimiento de negación de la lógica misma de la espectacularidad (es decir: de la separación), y no pueda conformarse con ser una “falsa desesperación” estetizante o moralista, una “buena voluntad indignada” frente al torpe optimismo que subyace a las formas más triviales de la apología de los medios, una protesta banal sobre los contenidos de un espectáculo que —sostiene Debord— las formas dominantes de la crítica no son capaces de criticar como espectáculo. Se dirá: “los *sixties*”. Qué duda. Y se nota en cada línea. Pero hoy, a casi tres décadas del remoto 1967 en que *La sociedad del espectáculo* conoció su primera edición francesa, no parece menos urgente ni más irrelevante que entonces subrayar lo que Debord subraya: que una crítica radical del espectáculo no puede formularse sino como crítica radical de la sociedad. Uno. Dos: que esa crítica debe dirigirse al principio de la representación y a los mecanismos a través de los cuales la historia es clausurada y congelada y los sujetos son expropiados de su autonomía. Y tres: que esta crítica, en lo fundamental, está todavía pendiente.

Eduardo Rinesi

## LO REAL Y LO VIRTUAL

Tomás Maldonado

Gedisa, Barcelona, 1994. 261 páginas.

Es la nuestra —como se dice— una civilización de imágenes. Para Maldonado aún no decimos lo esencial: es la nuestra una civilización de imágenes realistas o imágenes icónicas. Es su particularidad haber optado por un sistema de representación visual que,

desde el surgimiento de la perspectiva pictórica hasta la producción computarizada de imágenes, se ha basado en la fidelidad realista.

En *Lo real y lo virtual* se analizan, entonces, ciertos momentos significativos del surgimiento histórico de aquel sistema de representación visual que se ha desarrollado a lo largo de cinco siglos, y cuyo rasgo esencial, el realismo, han heredado las técnicas modernas de reproducción icónica: la fotografía, el cine, la televisión y, más recientemente, la gráfica computarizada y la realidad virtual. Si “cada día nos resulta verdaderamente más difícil distinguir los simulacros de acontecimientos y los acontecimientos mismos”, ello es consecuencia, en buena medida, del grado de verdad realista alcanzado por las tecnologías de producción y difusión de imágenes. Y es en la simulación virtual donde ese poder de verdad y de eficacia comunicativa alcanza el punto más alto de su evolución.

Sin dejar de advertir los riesgos del “uso alienante” de las realidades virtuales, y del conjunto de tecnologías vinculadas a la expansión de la comunicación audiovisual, es la convicción de Maldonado que este desarrollo tecnológico no debe necesariamente conducir (y no sería deseable que condujera) a una cultura caracterizada por la pérdida absoluta de la objetividad del mundo, por el progresivo “rebajamiento de la materialidad del mundo”. Son dos los ejes en torno de los cuales se organiza la reflexión de Maldonado, la crítica a la “ideología de la desmaterialización” es precisamente uno de ellos; una ideología que se ha extendido por diversos campos del saber, además de haberse instalado en la imaginación colectiva —esa “pasión por los mundos evanescentes” que halla su expresión en ciertos productos de la industria cultural (como el cine de ciencia ficción y los videogames)—. El otro es el “valor cognoscitivo del iconismo”: la problemática de la representación

realista y de las técnicas de reproducción icónica. Esta problemática remite a la de la operatividad de la simulación icónica. La simulación tal como es entendida en el campo científico-tecnológico: como proceso que involucra la construcción y visualización de un Modelo y su posterior verificación empírica. Es en esta operatividad tecnológica donde radica el potencial cognoscitivo de las realidades virtuales, y no en la explotación de su carácter cerrado y autorreferencial orientado a la producción de realidades sustitutivas. En consecuencia, las realidades virtuales abren un amplio campo de posibilidades para el desarrollo científico y también para el desarrollo de las artes visuales; y para otros campos que, como el diseño, están a mitad de camino entre el arte y la ciencia.

Se puede plantear una observación al análisis de Maldonado, y es si las nuevas técnicas de reproducción icónica no estarían produciendo modificaciones sustanciales, tanto en la producción como en el reconocimiento de imágenes, que comprometerían la propia representación realista. Es cierto que el realismo adquiere además una relevancia epistemológica, pero el riesgo de la interpretación de Maldonado reside en centrar exclusivamente allí el énfasis, descuidando los aspectos culturales de la problemática de la imagen.

Marcelo Vargas

### LA TRANSICION DE LA TELEVISION. ANALISIS DEL AUDIOVISUAL COMO EMPRESA DE COMUNICACION

Giuseppe Richeri

Barcelona, Ed. Bosch, 1994, 270 páginas.

Numerosos artículos y libros dan cuenta de los cambios ocurridos en los sistemas de medios de comunicación en Europa Occidental durante la década pasada. Europa asistió durante los '80 al proceso de internacionalización de los mercados, al surgimiento tardío de la economía de la información, a la apertura de la televisión al sector privado y, a partir de 1993, al funcionamiento pleno del Mercado Unico Europeo.

Sin embargo, este libro escrito por el investigador italiano Giuseppe Richeri (actualmente profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, ex director del Instituto Makno de Milán y asesor de la Unesco, la CEE, el Instituto para América Latina, Fundesco, etcétera) es un material imprescindible, pues con criterio procura vislumbrar el papel que jugarán las empresas dedicadas a la información y a la comunicación.

En las dos primeras partes del libro, Richeri destaca que *los criterios económicos se impusieron en la organización de la actividad televisiva*. Partiendo de esta constatación distingue dos fases que engloban tanto a la televisión pública como a la privada: a) la de las empresas de TV centradas en los recursos aportados por la publicidad, una etapa que actualmente se encuentra experimentando los primeros síntomas de una crisis; y b) una segunda etapa, con amplias perspectivas de desarrollo, en la cual las empresas de TV ofrecen programas y productos para públicos específicos y con acceso seleccionado en base a una tarifa.

La modificación de ciertas variables económicas, políticas y culturales señalan una crisis del modelo televisivo prevaleciente.

El aumento de los costos de los productos audiovisuales, la saturación del consumo televisivo, el techo alcanzado por las fuentes económicas tradicionales (el canon y la publicidad), la sensación generalizada de saturación de objetos y mensajes, el debilitamiento del poder adquisitivo de las familias, entre otros factores, impulsan a las empresas de comunicación a encarar nuevas estrategias de supervivencia y éxito hacia el fin del milenio.

Nuevas alianzas y fusiones, la aplicación de modernas técnicas de administración y marketing, la expansión de la TV de pago y la convergencia entre las empresas de telecomunicaciones y las de radiodifusión van perfilando "una nueva fase del mercado de los medios de comunicación en las que el consumidor final asume un rol más importante". En *La transición...* se analizan detalladamente los orígenes y el crecimiento del modelo de televisión de pago a ambos lados del Atlántico tomando los paradigmáticos casos de Home Box Office en Estados Unidos y Canal+ en Francia.

Posteriormente, Richeri ilumina las políticas encaradas desde la segunda mitad de los '70 por Europa, en general, y por Francia, Inglaterra y Alemania, en particular, respecto a las "nuevas" tecnologías: los satélites y el cable. Asimismo, revisa las pujas entre Japón, Estados Unidos y Europa por la imposición de una norma para la televisión de alta definición.

Finalmente se avisan nuevos desafíos que las empresas de TV deberán tener en cuenta. Por un lado, ante la creciente demanda de nuevas frecuencias, será necesaria la definición de un modelo de gestión del espectro radioeléctrico distinto al tradicional a fin de resolver de algún modo los conflictos que se avecinan entre difusores televisivos y radiomóviles y entre servicios comerciales y no comerciales. Por otro, los procesos que llevan a la convergencia entre telecomunicaciones y televisión a través

de los servicios de distribución de cable posiblemente reconfigurarán la totalidad del campo mediático.

En síntesis, *La transición de la televisión* ofrece un panorama amplio y completo para cualquier interesado en comprender "la nueva estrategia expansiva basada en nuevas configuraciones de productos" encarada por las empresas de comunicación.

Luis Alfonso Albornoz

### LOS GRUPOS MULTIMEDIA. ESTRUCTURAS Y ESTRATEGIAS EN LOS MEDIOS EUROPEOS

Juan Carlos Miguel de Bustos

Bosch Comunicación, Barcelona, 1993,  
348 páginas.

Desde que la estructura de los medios masivos cayó bajo la lente de los estudiosos, los análisis económicos aplicados a la comunicación no han provenido del campo de la Economía. Casi siempre con objetivos parecidos, han arribado a los mismos resultados: la descripción de los movimientos de concentración y expansión de las empresas del sector, de sus volúmenes de negocios, y de la cada vez más estrecha ecuación entre empresas de comunicación y ciudadanos.

Los cambios estructurales de la economía mundial en la década del '70 —que pueden resumirse en el final del fordismo y en la emergencia del sector electrónico como vedette del capitalismo— no dejaron escapar a las empresas de comunicación de la internacionalización de los mercados, de la reorganización industrial de la mano de las nuevas tecnologías y las han puesto bajo la mirada de los agentes financieros del mundo.

En este contexto, la ciencia económica

se ubica como lugar de estudio de las comunicaciones, ya que el ámbito de los Estados nacionales —que las contenía, económica, social y políticamente— ha sido desbordado, y con ello las posibilidades explicativas de la sociología o de la ciencia política.

Esta reconversión de la comunicación —industrial, y también analítica— no es otra que la de dejar los postulados del “bien común” —que estaban en la base de las declaraciones de principios de las televisiones europeas— para instalarse en las demandas del mercado.

“Las industrias culturales son, ante todo, industrias”, dice Miguel de Bustos en la primera línea del libro, y resume de un plumazo el viraje que los medios han experimentado en pocos años y que pobló las librerías de ensayos para situar a los viejos medios en su nueva funcionalidad: uno de los mayores generadores de dividendos del capitalismo actual.

La Economía pone sobre la comunicación un lente de mayor aumento, y por lo tanto aparecen despejados ciertos lugares comunes, ciertas afirmaciones construidas en base a la repetición de metodologías y de puntos de vista. Por ejemplo, Miguel de Bustos pone en duda el multimedia como estrategia privilegiada de los grupos de comunicación, ya que la consabida expansión, tanto horizontal como vertical, para el aprovechamiento de sinergias, es en realidad —según el autor— una necesidad de reforzar un oficio de base, por ejemplo la prensa, como forma de sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo y diversificado.

El modelo que elige el autor para la explicación del audiovisual es la Economía Industrial, espacio mesoeconómico que estudia “las estrategias de los agentes del sistema productivo y sus determinantes, así como las relaciones que mantienen entre ellos y con sus entornos”. La metodología evita el análisis de la unidad económica (la empresa) y el de los grandes números estruc-

turales (macroeconomía), y se incluye una perspectiva más dinámica en la cual los grupos son analizados en la acción.

Las características diferenciales del sector de la comunicación justifican la adopción de esta perspectiva. La intensiva reorganización de la industria del ocio —como futuro conglomerado industrial, de la cual los medios de comunicación hoy son uno de los soportes—; la diversidad de marcos regulatorios en el mundo, y especialmente en Europa, y la complejidad de los productos culturales hacen, entre otras características, que el análisis de los *comportamientos* de los actores y su entorno sean los puntos de partida.

Este punto de vista requiere de cuatro niveles de análisis:

- las *condiciones de base* constituyen el contexto político-tecnológico; describen las nuevas normas que conforman el panorama legal europeo, tanto nacional como comunitario, las características del mercado publicitario y los principales aspectos tecnológicos que operan sobre el audiovisual;

- las *estructuras* dan cuenta de los principales movimientos del sector, las estrategias globales de expansión, de internacionalización y las características del mercado audiovisual;

- las *estrategias* indican el comportamiento de los grupos; se analizan los oficios, las diferentes formas de expansión, los tipos de alianzas y los nuevos actores en el audiovisual;

- y los *resultados*, donde confluyen los tres niveles de análisis anteriores, brindan un panorama empresarial de los principales grupos.

Esta óptica requiere de una premisa fundamental: la autonomía de los actores. Capacidad de acción que incluye la posibilidad de influir sobre las mismas reglas de juego, ya que el esquema es, por definición, retroalimentado. Esta sencilla definición metodológica reafirma el nuevo carácter de

la industria de la comunicación, ya que la autonomía empresarial en este nuevo paradigma ha sido ganada, en Europa, a los espacios de debate público, que durante el escenario anterior habían poblado a esas *condiciones de base* de marcos legales más o menos rígidos, producto de diversas políticas y de diversos objetivos.

Sergio Mogliati

### EL RELATO CINEMATOGRAFICO

François Jost y André Gaudreault

Paidós, Colección Cine, Barcelona, 1995. 172 páginas.

No es ocioso apuntar que el desarrollo de la investigación narratológica pensada desde el lugar del cine, lleva ya más de treinta años. Si el estructuralismo y el post-estructuralismo —del primer Barthes a Todorov y Greimas, con escala final en Chatman— pudieron definir una tradición teórica para reflexionar sobre el relato literario, remontrándose al formalismo ruso con base en los trabajos de Propp y Bajtín; el cine también ha ido definiendo su propia tradición. Desde la “gran sintagmática” de Christian Metz, pasando por el concepto de “funcionalidad” del injustamente olvidado Victor F. Perkins, a las pioneras elaboraciones sobre enunciación fílmica de Marie-Claire Ropars-Wuilleumier, y hasta llegar a la última generación de teóricos sostenida en las obras de Jacques Aumont, Michel Marie, Michel Chion, David Bordwell, Francesco Casetti, Raymond Bellour, François Jost y André Gaudreault. Ya aquellos que no apuntaron específicamente a la estructura del relato, y que plantean la dificultad de ser clasificados pese a transformarse en los teó-

ricos decisivos en lo que refiere a la apertura de nuevas zonas desde las cuales reflexionar el cine: Noël Burch y Gilles Deleuze.

*El relato cinematográfico* no es un texto que se proponga una renovación sustantiva de hipótesis respecto de lo planteado recientemente, por ejemplo, por Chion en *El guión y sus oficios* o Casetti en *El film y su espectador*, en torno de la narración en cine y sus problemáticas centrales. Más bien, Gaudreault y Jost buscan aislar y analizar nudos conceptuales, desplegar ciertos aportes específicos y anudar un corpus que hace centro en la teoría de la enunciación reflexionando minuciosamente el lugar de la recepción. Exponen distinciones vertebrales como la que diferencia historia y discurso, o la que separa diégesis y mundo, o la separación entre realidad a-fílmica y realidad profílmica. Sin embargo, la zona más fecunda del texto es la que opera sobre la teoría de la enunciación y la focalización visual y sonora.

En términos de enunciación y de cine, los autores desempolvan como gran novedad el concepto de “gran imaginador” trabajado por Albert Laffay en *Logique du cinema*. Si bien exponen al pasar un comentario de Bordwell acerca de lo innecesario de seguir engrosando el ya recargado equipaje terminológico para decir lo mismo que otros dijeron de otro modo, Gaudreault y Jost incurren en la escasamente feliz autoindulgencia de hallar un nuevo sinónimo a las ya múltiples denominaciones que las teorías narratológicas (vía literatura: narrador omnisciente, narrador implícito; vía cinematografía: meganarrador) habían trajinado.

Dentro de una exposición pormenorizada del lugar de narradores y subnarradores, la *transvisualización* es pensada por los autores para designar al narrador interno del relato que narra verbalmente y que “nos permite ver” aquello que narra, y aparece como una de las ideas más interesantes y mejor expuestas. Siempre en cuanto a los



nuevos campos de reflexión, se debe consignar el excepcional capítulo sobre el espacio cinematográfico en tanto establece distinciones —como la de alteridad espacial— que no habían tenido mayor conexión con el tema de enunciación, y enfocando un tema —el espacio filmico— que tuvo escaso desarrollo después de aquel estudio de Noël Burch sobre la *Naniá* de Renoir en *Praxis del cine*; y también se debe mencionar el apartado sobre focalización sonora en general y auricularización en particular —some-

ramente reflexionada por Chion en *La audiodivisión*, en la medida en que la comunicación del sonido siempre ha sido un territorio inexplorado—. En esta zona, sin embargo, asoma una de las problemáticas más deficitarias del texto en cuanto al abordaje teórico: la vinculación de problemas de enunciación en el cine clásico y el cine moderno, campo vastísimo que Burch y Deleuze delimitaron y en el que Gaudreault y Jost apenas si se introducen.

Sergio Wolf

## Causas y Azares N° 2

(Otoño 1995)

### SUMARIO

Editorial

Culturas populares, culturas híbridas, culturas de consumo.  
Entrevista a Néstor García Canclini

#### CUADERNO I

VIII ENCUENTRO DE FELAFACS. CALI (COLOMBIA) 1994

Producción: CARLOS MANGONE, ERNESTO LAMAS, MARIANO MESTMAN

OPINIÓN: Entel / Brenca / Casullo - ENTREVISTAS: Fuentes Navarro / Quirós

#### ANÁLISIS Y CRÍTICA

La pantalla política (Pequeña aproximación al síntoma Berlusconi), por SERGIO MOGLIATI  
Rock: juventud, mito e industria cultural, por JORGE WARLEY  
¿De qué lengua me hablás?, por SANTIAGO GÁNDARA  
Confesiones en la plaza pública, por SILVIA TABACHNIK

#### COMUNICACION ALTERNATIVA

Aproximación a las radios de nuevo tipo: tradición y escenarios actuales,  
por ERNESTO LAMAS y HUGO LEWIN

#### CUADERNO II

ANTROPOLOGÍA Y COMUNICACION

La honda de David. Antropología, comunicología, culturología en el tercer mundo,  
por ANÍBAL FORD  
Antropología y medios: una política transdisciplinaria,  
por ALEJANDRO GRIMSON y EMILIANO VILLAGRA  
Cultura/Medios. Una (tibia) polémica, por FAYE GINSBURG  
Antropología para ver. Sobre los usos de imagen en la primera antropología,  
por CARLOS MASOTTA

#### RECONSTRUCCIONES

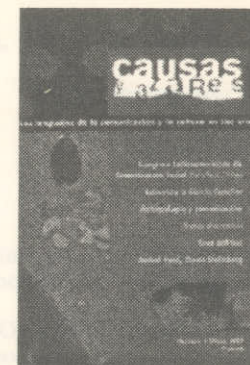
Christian Metz y el proyecto de una semiología abierta, por OSCAR STEIMBERG  
Nosotros no sabíamos. Entrevista a León Ferrari, por SILVIA MÉNDEZ y SANDRA CRESPI  
El periodismo cultural en La Prensa justicialista. 1951-1955, por CARLOS MANGONE  
Sobre: una anti-revista en el año del Cordobazo, por ANA LONGONI  
Notas para una historia de un cine de contrainformación y lucha política,  
por MARIANO MESTMAN

#### LECTURAS

Emergencias culturales, por DIANA FERNÁNDEZ IRUSTA y RICARDO SANTONI  
Nuevas reflexiones sobre la radio, por CARLOS RODRÍGUEZ ESPERÓN  
Los usos de la escritura, por MAITE ALVARADO  
América Latina revisitada, por DANIEL LINK  
Naciones, cultura, comunicación, por ALEJANDRO GRIMSON

#### BIBLIOGRÁFICAS

Declaración. *Un nuevo patriado*



**Ars** Emilio Ravnani 1354 - Dpto. 1  
Tel. 772-2510  
E-Mail: ars@biblos.com

**EDITORIAL**

✓ **FOTOGRAFIA**  
Mabel López - Paola Cortés Rocca

✓ **ENUNCIACION Y POLIFONIA**  
Elida Ruiz

✓ **LA ARGUMENTACION**  
Analía Reale - Alejandra Vitale

✓ **LA CRONICA PERIODISTICA**  
Ana Atorresi

Fotografía  
Paola Cortés Rocca  
Mabel López

Cuadernos de Lectura  
número 1 pp. 103-110

Enunciación  
y polifonía  
Elida Ruiz

Cuadernos de Lectura  
número 1 pp. 111-118

La argumentación  
Analía Reale  
Alejandra Vitale

Cuadernos de Lectura  
número 1 pp. 119-126

La crónica  
periodística  
Ana Atorresi

Comunicación y Cultura  
número 1 pp. 127-134

**En librería Biblos - Puán 378 - Tel./Fax: 432-8828**

# Causas y Azares N° 1

(Primavera 1994)

## SUMARIO

Editorial

Estudios de comunicación en América Latina:  
del desarrollo a la recepción. Entrevista a Héctor Schmucler

### CUADERNO: ESTUDIOS CULTURALES INGLESES

Introducción, por CARLOS MANGONE

Estudios Culturales: dos paradigmas, por STUART HALL

Diálogo entre las dos caras del marxismo inglés, RAYMOND WILLIAMS y NEW LEFT REVIEW

Cultura y comunicación: por una crítica etnográfica del consumo de medios  
en el sistema mediático transnacional, por IEN ANG

Estudios Culturales: Nota sobre el debate actual, por ALEJANDRO GRIMSON

*Tucumán Arde*: una experiencia de arte de vanguardia, comunicación y política  
en los años sesenta, por ANA LONGONI y MARIANO MESTMAN

Entrevista a Mauricio Wilfredo Cepeda, director de Radio Farabundo Martí,

por ERNESTO LAMAS

El Salvador: de lo alternativo a lo alterativo,

por CARLOS RODRÍGUEZ ESPERÓN y SANDRA CRESPI

Spielberg: un exterminio posmoderno, por GUSTAVO APREA

Identidades fragmentadas en la globalización, por ALEJANDRO GRIMSON

### LECTURAS

Escritos en el reino de TevéLandia, por C. MANGONE

Los medios, las coartadas del *New Order* y la casuística, por A. FORD

Bibliográficas

Congresos

