

La televisión: enfoques actuales

Flavio Peresson
Omar Rincón
Gastón Cingolani
Mirta Varela
Nancy Díaz Larrañaga
Pablo Alabarces

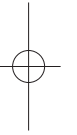
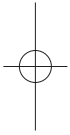
Ensayos

Jesús Martín Barbero
Javier Auyero

Entrevistas

Martín Caparrós
Liliana Heker

ISSN: 1668-5431





UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACION SOCIAL

AUTORIDADES

Decano
Alejandro Raúl Verano

Vicedecano a cargo de la
Secretaría Académica
Marcelo Belinche

Secretario de Investigaciones
Científicas y Posgrado
Leonardo Gonzalez

Secretario de Extensión Universitaria
Jorge Castro

Secretario de Producción y Servicios
Sergio Boscariol

Secretario de Planificación y Gestión
Reynaldo Claudio Gómez

Secretaria de Comunicación
y Desarrollo Comunitario
Cecilia Ceraso

Secretario de Asuntos
Administrativos
Rubén J. Liegl

Oficios Terrestres es una publicación
de la Facultad de Periodismo y
Comunicación Social (UNLP)
Av. 44 n° 676 (1900) La Plata, Prov.
de Buenos Aires, República Argentina.
Tel/Fax 54 - 221- 4236783/ 4236784 /
4236778
www.perio.unlp.edu.ar
E-mail: oficiost@perio.unlp.edu.ar
Precio de tapa \$20

Staff

Comité Asesor

Adriana Archenti	Alejandro Grimson
Alcira Argumedo	Oscar Forero
Alfredo Alfonso	Jorge Huergo
Raúl Barreiros	Martín Malharro
Mario Carlón	Carlos Milito
Cecilia Ceraso	Maria Cristina Mata
Daniel Belinche	Miguel Mendoza Padilla
Marcelo Belinche	Guillermo Orozco Gómez
Jorge Luis Bernetti	Adriana Puiggrós
Martín Cortés	Sergio Pujol
José Luis De Diego	Eduardo Rebollo
Nancy Díaz Larrañaga	Rossana Reguillo
Silvia Delfino	Natalia Iñiguez Rímoli
Esther Díaz	Juan Samaja
José Eliashev	Inés Seoane Toimil
Aníbal Ford	Héctor Schmucler
Raúl Fuentes Navarro	Oscar Steimberg
Octavio Getino	Ángel Tello
Carlos Giordano	Omar Turconi
Claudio Gómez	Alejandra Valentino
Gustavo González	Carlos Vallina
Horacio González	Claudia Villamayor
Carlos Guerrero	César Díaz

Directora

Florencia Saintout

Coordinación editorial

Natalia Ferrante
Paula Pedelaborde

Edición

Adela Ruiz

Comité Editorial

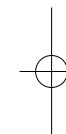
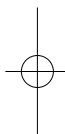
Gastón Cingolani
Ramón Flores
Sergio Caggiano
Adela Ruiz
Ulises Cremonte
Laura Gómez
Pedro Roldán
Susana Martins
Ileana Matiasich
Verónica Piovani
Paula Porta
Yanina Di Chiara
Andrea Varela

Secretaría de redacción

Area de Producción Gráfica
Eugenia Stoessel
Gastón Luppi
Pablo Marco
Eduardo Aller
Florencia Burgos
Juan Pablo Álvarez
Claudia Suárez

Arte y Diseño

Paula Romero
Fabián Fornaroli



Sumario

Editorial ————— **Página 7**

Perspectivas

Homogeneidad y diversidad en la escuela. Los límites difusos entre imposición e integración

Gladys Lopreto ————— **Página 10**

*La construcción del universo juvenil:
el caso de la violencia escolar*

Luis Barreras ————— **Página 26**

Cultura y Educación, ¿una relación obvia?

Alicia Inés Villa ————— **Página 34**

Praxis

*Políticas de reinserción y la integración de la sociedad.
Una mirada desde las Políticas Sociales*

Alfredo Juan Manuel Carballeda ————— **Página 46**

Entrevistas

Martín Caparrós ————— **Página 52**

Liliana Heker ————— **Página 56**

Avances de Investigación

LA NACIÓN y su cruzada discursiva contra la violencia política (1976-1978)

César L. Díaz, Mario J. Giménez
y María Marta Passaro

Página 64

Los Clubes Sociales: hangares vacíos o potenciales espacios de reconstrucción y consolidación de vínculos urbanos.

María Eugenia Rosboch y Flavio Peresson

Página 82

Temporalidad y Educación: trayectorias y sujetos adultos

Nancy Díaz Larrañaga

Página 90

Jóvenes (re) escolarizados: el análisis de los motivos de la vuelta al colegio

Carolina Duek y Malvina Silba

Página 96

Ensayos

Políticas de interculturalidad

Jesús Martín Barbero

Página 102

La política moral de las multitudes argentinas

Javier Auyero

Página 115

Juan Gelman. Obra periodística de un poeta.

Gabriela Esquivada

Página 131

Informe especial

Los medios públicos: de la retórica ilustrada al activismo estético

Omar Rincón

Página 152

Televisión: modernización y memoria

Mirta Varela

Página 158

Fútbol por TV: entre el espectáculo de masas y el monopolio

Pablo Alabarces

Página 167

La televisión, objeto de la televisión: archivo, crítica y juicios de gusto en los programas meta-televisivos y de espectáculos

Gastón Cingolani

Página 175

Televisión Pública: modelo para armar. Panorama del estado normativo y documentos de discusión sobre los medios audiovisuales públicos

Analia Eliades, María Verónica Piovani
y María de las Nieves Piovani

Página 184

Lecturas

Página 197

Noticias

Página 205

Editorial

Cuenta Raymond Williams que hasta la llegada de la televisión las necesidades de la sociedad estaban satisfechas por medios que se podrían denominar "especializados".

La prensa gráfica era utilizada para comprender la información política y económica, la fotografía servía para retratar la vida familiar, el cine se encargaba de proporcionar entretenimiento a muy bajo costo, la telegrafía y el teléfono permitía establecer una comunicación directa para los negocios o noticias urgentes.

Pero la aparición de la televisión -en algún sentido- vino a desordenar este proceder parcelado. Su presencia modificó el campo e impactó sobre el estatuto del resto de los medios. Ya nada fue igual y todos los ojos se fijaron en ella y hasta el lugar del espectador adquirió una nueva dimensión.

Su primer gran efecto mediático fue la transmisión vía satélite de la llegada del hombre a la luna. Y es esa posibilidad del *vivo* y el *directo* lo que la vuelve un medio único. La radio ya transmitía en vivo, pero sin el poder mimético de la imagen.

Ya a mediados de los 60 nos encontramos con las primeras investigaciones que intentan entender este fenómeno inédito. Gary Steiner en Norteamérica y Crozier en Francia se encargaron de demostrar cómo la televisión no tenía límites de clase: fascinaba tanto a familias con estudios universitarios como a obreros y campesinos.

Encuestas realizadas por esos años demuestran que para la gran mayoría de la población la televisión había afectado sus hábitos de entretenimiento y la manera de informarse.

Pero paralelamente a su seducción, o como consecuencia de ella, apareció la culpa y el temor.

Algunas metáforas utilizadas para denostarla muestran cómo el prejuicio se interponía a la hora de entender qué pasaba. Se dijo de ella que era la caja boba, el ojo idiota o el chupete electrónico.

La televisión se encontró -entonces- en el centro de polémicas que muchas veces excedían su campo de influencia. En Europa se la estigmatizó como una tecnología inferior, menos sutil que su antecesor -el cine- y en Estados Unidos se temía su poder y por eso -Funcionalismo mediante- se intentó entender cómo se podía lograr una influencia directa en la conducta de los públicos, sobre todo a la hora de captar votos. Es el inicio de los debates televisados y del marketing en la política.

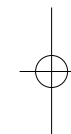
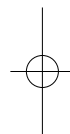
En América Latina fue tomada como el ejemplo más acabado y perverso de la penetración Imperialista, culpable de vaciar las mentes juveniles e infantiles y de aniquilar el ocio creativo.

En los 80 la televisión como soporte comenzó a cambiar, sus posibilidades técnicas se complejizaron, apareció la televisión por cable y los estudios comunicacionales comprendieron que el prejuicio les había negado la posibilidad de un análisis más cabal.

Ya no se tenía una sola televisión, sino que había muchas televisiones, diseminadas en centenares de opciones cada vez más temáticas, cada vez más diversas.

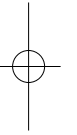
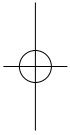
Surgieron entonces nuevos públicos, más activos, menos estáticos y si en un primer momento la pregunta era ¿Qué hace la televisión con la gente?, ahora lo importante era saber ¿Qué hace la gente con la televisión?

Recientemente salió publicado en Francia un libro de Jean-Louis Missika que profetiza la muerte



de la televisión. Ya pasó con Dios, con el arte y con las ideologías. Toda muerte profetizada, no hace más que revivir al paciente.

En este número de *Oficios Terrestres* se demuestra que la televisión, su debate y reflexión, goza de buena salud.



Hablar sobre la televisión es un ejercicio cotidiano practicado por todos de manera indistinta. ¿Por qué, entonces, ocuparse una vez más de la televisión? ¿Es posible un discurso crítico que la tenga como objeto? ¿De qué modo ocuparse de la televisión que no resulte una cuota indigesta de ese discurso cotidiano? Las respuestas a estas preguntas no son tan obvias como podrían parecer, al menos si no nos dejamos conmovir por los valores exitistas a los que la televisión nos ha habituado, o no consideramos indispensable su denostación, en nombre de una banalidad ya tantas veces enunciada. Hace tiempo que los intelectuales nos venimos ocupando con pasión de los objetos de uso cotidiano. ¿Pero de qué manera resulta legítimo seguir preguntándonos por la oportunidad de la intervención en relación con los medios de comunicación, y de cara a quiénes?

Cuando nos enfrentamos al hecho de que la televisión -como todos los medios de comunicación, pero más que ningún otro- hace de la novedad su ley fundamental, se impone la pregunta por la originalidad de nuestro discurso y de nuestras ideas, salvo que aceptemos, sin más, volvernos parte de su propia lógica. El principio constructivo que la televisión pone en escena es el de la novedad permanente. En verdad, una suerte de paradójica *repetición* de la novedad permanente. Pretendida sorpresa, choque, golpe bajo, son recursos habituales para conseguir lo inconseguible. Porque si hay algo obvio en la televisión es que la ruptura -estética, ideológica, discursiva- no resulta en absoluto necesaria. La televisión se escandaliza permanentemente, al mismo tiempo que hace convivir lo incompatible y brega por la inclusión de lo diferente hasta volverlo lo mismo. Por eso los discursos denunciastas resultan rápidamente obsoletos: porque la televisión también es capaz de incorporar las denuncias. Y a los minus-

Televisión: modernización y memoria

válidos. Y a los diferentes. Y a las historias comunes, además de las historias escandalosas. Los excluidos de hoy serán los protagonistas del mañana. El problema es que la televisión incorpora las consignas progresistas -y las que no lo son-, según criterios que resultan completamente ajenos a esas consignas.

¿Cómo no caer en el sentido común al hablar de televisión, si la televisión es el escenario privilegiado del sentido común, y a él apela cada vez que necesita legitimar sus posiciones, sin considerar cuánto tuvo que ver ella misma en su composición? ¿Cómo no caer en la impugnación radical frente a sus paradojas? ¿Cómo hablar de la televisión sin quedar enredado en su red de discurso interminable? ¿Cómo quedar afuera de ese discurso sin situarse, al mismo tiempo, fuera de su comprensión? Propongo que ensayemos dos vías de acercamiento. En primer lugar, y frente a la supuesta novedad televisiva, *una mirada histórica*. Intentar una mirada histórica que no esté movida por la nostalgia no resulta fácil en tiempos en que la memoria está de moda. Pero, de lograrlo, podría resultar un antídoto interesante; un modo de extrañamiento del presente permanente de la pantalla. En segundo lugar, *los públicos*. Los usos sociales de la televisión suelen ser más interesantes que la televisión misma. Podría verse en este interés la vieja ecuación según la cual cuanto más

Por Mirta Varela

Doctora en Letras por la Universidad de Buenos Aires, investigadora del CONICET y Profesora de Teoría e Historia de los Medios de Comunicación en las Universidades de Buenos Aires y de Quilmes, Argentina. Ha publicado los siguientes libros: *La televisión criolla. Desde sus comienzos hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969* (2005); *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión* (1999), en colaboración con Alejandro Grimson; *Los hombres ilustres del Billiken. Héroe en los medios y en la escuela* (1994) y *Revolución, mi amor. El rock nacional 1965-1976* (1988), en colaboración con Pablo Alabarces.

decrece la calidad estética de un objeto, más crece su interés sociológico. Pero también podemos hallar en esa fórmula la constatación del lugar cultural casi excluyente que la televisión ocupa en la sociedad contemporánea.

En cualquier caso, a través de ambos caminos se trata de intentar un acercamiento "a contrape-lo" del discurso televisivo, de rebelarnos frente a sus normas, o de resistir su seducción, haciendo gala de la indiferencia. De suerte que, si la televisión nos impone una clasificación o desclasificación de géneros, no utilicemos esa categoría para su análisis. Nada de telenovelas, reality shows o noticieros, sino, en todo caso -como alguna vez propuso Raymond Williams (1992)-, pensar el fluir televisivo continuo. La consecuencia de este carácter definitorio de la televisión resulta revelador: ver televisión se parece menos a ir al cine o leer un libro que a abrir una canilla de agua. La televisión no puede discontinuarse, no puede interrumpirse. La televisión no puede apagarse, se enciende de una vez y para siempre. Williams vislumbró este aspecto en un momento en el que todavía era posible que alguien conociera todos los canales de su televisor, y cuando aún quedaban horarios en los que la pantalla producía una lluvia molesta con ruido a fritura. Hoy, cuando la televisión chorrea imágenes y palabras ininterrumpidamente, la naturalización de esta condición nos impone la desconfianza.

El segundo camino mencionado, el público, es una opción que parece ir en el sentido de la televisión misma, desde el momento en que ella no osaría jamás contradecir a su mejor cliente. Sin embargo, una revisión crítica del modo en el que se ha planteado el estudio de las audiencias debería poder servirnos para repensar su funcionamiento. Después de todo, una mirada sociológica de la televisión no puede sino interesarse vivamente por su audiencia.

De ninguna manera debería pensarse lo que

estoy diciendo como una reacción airada en defensa de otras formas más virtuosas -por discontinuas, mejor "valoradas"- o un abroquelamiento elitista desde algún supuesto lugar de resistencia cultural en riesgo de extinción. Más bien, se trata de una consigna metodológica. O, menos pretenciosamente, de una propuesta de ensayo que permita pensar qué camino se abre hoy para el análisis crítico de la televisión¹.

La televisión nace vieja

La investigadora norteamericana Carolyn Marvin acuñó una frase fantástica, muchas veces citada, para hablar de la historia del teléfono. Dijo que iba a referirse a "cuando las viejas tecnologías eran nuevas", al momento de emergencia de lo nuevo, algo que también ya le había preocupado a Williams sobremanera. Ese momento de gran sutileza en el que todo parece posible. La técnica es siempre portadora de promesas fantásticas, soluciones a problemas sociales, políticos, educativos y hasta personales, a los que la humanidad no ha encontrado remedio. Un aspecto no menor de la curiosidad que la misma produce -al margen de la curiosidad por los "mecanismos" en sí- proviene de esta ilusión de felicidad absoluta. Las décadas que se suceden entre mediados del Siglo XIX -con la invención de la fotografía- hasta la segunda década del Siglo XX -con la radio- son décadas de aceleración de los inventos técnicos ligados a la comunicación de masas que producen imágenes fantásticas ligadas a las técnicas de representación y comunicación. Los juguetes ópticos, los panoramas, el teléfono, la comunicación a distancia, la electricidad y la fantasmagoría del cine, son algunos hitos de la innumerable cantidad de objetos y acontecimientos ligados a esta historia de novedad permanente, tensionada hacia un futuro que parecía poder tocarse con las manos. En relación con esa historia, la televisión

1 Para quienes podrían leer en esto cierto desdén por la investigación empírica sobre los medios diría que nada más alejado de esta propuesta. Se trata de ensayar modos de acercamiento en un artículo de esta -breve- extensión, después de haber construido a la televisión como objeto de investigaciones diversas.

nace algo desfasada, o para decirlo rápidamente: la televisión nace vieja. Y esto, para un medio de comunicación, es un pecado de origen imperdonable.

Para sus contemporáneos esto resulta bastante evidente: si bien “arrastra” consigo los discursos ligados a las utopías técnicas con que habían sido rodeados los inventos anteriores, se suele ver en ella la desventaja de una pantalla pequeña frente a la fascinación de la inmensidad del cine, y un medio de transmisión sin un lenguaje específico. Las ventajas relativas respecto de la radio -de la televisión como una radio con imagen- no terminan de ocultar que la televisión sería inicialmente subsidiaria del sistema de broadcasting que las radios habían organizado con éxito, tanto en forma de servicio público como en forma comercial, según el país de que se trate. Si bien las críticas iniciales a las invenciones técnicas siempre forman parte de su historia, y son la contracara de los discursos utópicos que generan, hay algunos datos de origen que dejan su huella².

La televisión -que era una realidad técnica desde bastante antes- debió esperar para su concreción hasta después de la Segunda Guerra. De manera que se expandió en plena posguerra, cuando su realización técnica ya no producía la sorpresa y fascinación que habían generado otros inventos previos. Se trata, por otra parte, de un momento de retraining hacia la vida familiar y suburbana que llevó a asociarla -con cierta justicia- con el “baby boom” norteamericano³. Aun cuando esto no tuvo una reproducción lineal en sociedades que estaban pasando por otros momentos políticos -y que contaban con otras tradiciones de utilización del espacio público urbano⁴-, resulta innegable que la televisión contribuyó a un modo de concebir la vida hogareña que implicaría un freno en las transformaciones culturales tendientes a la liberalización de las costumbres.

En los países donde el crecimiento significati-

vo de la televisión se produce durante la década del 60 -como es el caso de varios países latinoamericanos-, con las contradicciones entre el discurso “televisivo” y la aceleración de los tiempos políticos, por los que esos mismos países parecían volverse contemporáneos de la política global -cuando no protagonistas de movimientos de cambio acelerado-, el problema de la “modernización” se vuelve un punto fundamental. Un análisis de la televisión no puede separarse del hecho de que si bien durante esta década esa “liberalización” de las costumbres, y del tono del discurso político, adquirió un estilo explosivo, eso no significa que la televisión haya contribuido a ello. La televisión fue, por el contrario, un elemento a transformar. Frente al discurso juvenilista de la política y de la cultura de los 60, la televisión -con menos de veinte años de instalada en la mayor parte de los países centrales y con su discurso de modernización permanente- ya formaba parte del pasado, de “lo viejo” que los jóvenes venían a destruir en nombre de otros valores⁵.

La televisión, en todo caso, por esa lógica inclusiva de la que hablábamos al comienzo, pudo incorporar una relativa modernización de las costumbres a partir de la representación de la vida cotidiana con un realismo que, generalmente, funcionó como la mejor combinación de una estética que miraba hacia el pasado (de allí su gran capacidad para retomar el melodrama en América Latina, tal como ha sido estudiado extensamente) con la puesta en escena de la actualidad más inmediata (desde la información, hasta la casuística policial o social), y de allí también su capacidad para producir géneros liminales entre ficción y no ficción. En este sentido, podemos pensar que la televisión, además de haber funcionado como un enclave de la moral y las buenas costumbres familiares, pudo hacerlas convivir con amas de casa amantes de las comidas rápidas, ro-

2 En el caso argentino este supuesto anacronismo es fundante ya que, mientras la radio y el cine se habían incorporado con simultaneidad a los países centrales, la televisión se instaló con un cierto “retraso” que sería percibido contemporáneamente como un “trauma” para los discursos nacionalistas (Varela, 2005).

3 Al respecto, puede verse: Spiegel, L. *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1992 y Tichi, C. *Electronic Hearth: creating an American television culture*, Oxford University Press, New York, 1991.

4 He estudiado este aspecto en la televisión argentina pero es probable que se repita en otros contextos. En forma tangencial, aparece en trabajos sobre la televisión italiana y francesa, con características bien distintas (Lévy, 1999).

5 Para el caso norteamericano, puede verse: Spigel, L. y Curtin, M. *The revolution wasn't televised. Sixties television and social conflict*, Routledge, New York, 1997.

deadas de electrodomésticos y que efectivamente mejoraron su condición. Y finalmente, cuando ya no había más remedio, introdujo lo inevitable.

En este sentido, la televisión no parece producir comienzos memorables sino, más bien, el cierre del ciclo perteneciente a los grandes medios de masas. No parece casual que 1969 -año en que la televisión consiguió su mayor hito de audiencia a nivel global con la trasmisión de la llegada del hombre a la Luna- sea el año en que se abrió el primer nodo de ARPANET en la Universidad de California en Los Ángeles. La trasmisión de la llegada del hombre a la Luna significó el punto de explosión de la relación entre medios de comunicación y territorio, además de la centralización informativa más extrema: sólo un hombre (norteamericano, por cierto) transmitiendo desde la Luna para todos los terrícolas uniformados en su total plebeyización. Desde Nixon hasta el ama de casa de un barrio periférico de una gran urbe latinoamericana, pasando por los grandes intelectuales de la época, estuvieron "condenados" a ver ese acontecimiento por televisión o quedar excluidos de "la Historia"⁶.

A partir de entonces, las audiencias de masas parecen diluirse en fragmentadas comunidades virtuales. Un año antes de ese acontecimiento, con la televisación de los sucesos del Mayo francés -y otros acontecimientos políticos similares en todo el planeta-, la televisión había demostrado que por fin había hallado una estética: cámara en directo, sorpresa, movimientos rápidos. La belleza de los manifestantes del Mayo del 68 es agresiva: se trata de las calles de París en llamas, con barricadas de autos y parejas -también en llamas- que reemplazan -¿o copian?- y modernizan las que Cartier Bresson había captado mediante la cámara fotográfica. Era también, en algún sentido, el fin de las "masas". La confluencia de actores tan disímiles en los acelerados acontecimientos de esos días urgentes es

elocuente: obreros, estudiantes, políticos e intelectuales, que no se confunden con facilidad y anuncian la presencia de "estilos", algo que los matices de la moda del momento captan rotundamente en las imágenes televisivas.

Ya no se trata de las masas homogeneizadas por las imágenes que tan bien había conseguido filmar el cine, tanto en Alemania como en Estados Unidos -sólo para mencionar estéticas bien distantes-, sino de "grupos de revoltosos", "espontáneos", tomados por cámaras que a veces confunden el punto de vista habitual, desde detrás de las fuerzas del orden, para dejarse llevar por los "desordenados agitadores" que se imponen con su apresuramiento a la lente de la cámara televisiva que, en directo o con un mínimo montaje al instante, no tiene tiempo de meditar sobre la contundencia abrumadora de las imágenes que emite. Por otra parte, son esas imágenes, antes que cualquier otro documento, el máspreciado archivo histórico de esos días. En cualquier caso, podría decirse que la televisión viene a cerrar un ciclo porque anuncia aquel que viene a abrir. Claro que también podría preferirse una fórmula menos optimista.

Estética y Sociedad

Como señalamos anteriormente, el momento de emergencia de un medio de comunicación es aquel en el que todas las posibilidades técnicas están desplegadas, pero sabiendo que sólo algunas van a ser concretadas históricamente. Entonces, en ese tiempo que media entre la utopía técnica y su concreción social, se despliega una serie de oportunidades, de ideas acerca de lo que los medios pueden llegar a ser, que suelen resultar sumamente enriquecedoras para la historia de los medios de comunicación. Entre otras cosas, porque quizás lo que un medio no concreta en un momento histórico permanece como desafío que

6 La televisación de este hecho tuvo lugar poco después de lo que en Argentina se conoce como el "Cordobazo", donde la televisión tuvo un papel muy importante para la posibilidad de concebir en forma nacional un acontecimiento producido en una ciudad del interior. Al mismo tiempo, se trata de dos acontecimientos casi antagónicos desde el punto de vista de su caracterización política.

otra técnica retomará tiempo más tarde. Pero, al mismo tiempo, resulta fundamental distinguir los actores de uno y otro momento: las posibilidades estéticas que ofrece una técnica emergente suelen ser asunto de unos pocos, que no siempre permanecen ligados al medio una vez que éste ha alcanzado su estabilización.

El interés por el estado primitivo de la técnica es inevitablemente efímero. Las declaraciones de Jean Renoir, Roberto Rossellini, André Bazin o Jean Luc Godard, sobre las posibilidades de la televisión a fines de los 50⁷, o más tarde a propósito del video, son de este orden. Artistas formados en el cine, que encuentran en la televisión la “solución” a algunas limitaciones que habían experimentado con aquel. Y que luego buscarán en otras técnicas el modo de “resolver” las limitaciones que la televisión había dejado pendientes.

La televisión argentina, cuyas limitaciones materiales fueron siempre considerables, ofreció en la década del 50 poco interés para la mayor parte de los cineastas. Sin embargo, hubo algunos directores, autores jóvenes y grupos de teatro independiente, que vieron en ella la posibilidad de alcanzar el gran público con medios relativamente artesanales, como los que presentaba el único canal estatal que transmitió durante la primera década en la Ciudad de Buenos Aires⁸. La trampa consistió en que, en el momento en que la televisión alcanzó realmente el gran público, esas limitaciones materiales fueron en parte superadas mediante la inversión de las grandes cadenas norteamericanas en el país durante la década del 60, y fue cuando esos mismos autores, directores y actores ya no encontraron en la televisión un lugar -no digamos de experimentación-, pero sí al menos, de interés para su expresión.

De manera que no se trata simplemente de un proceso que va en el sentido de la conformación de un lenguaje específico⁹ a la manera del pasaje del cinematógrafo al cine. Si bien este proceso

existió, su valoración es paradójica: la adquisición de ese lenguaje supuso también una pérdida.

La riqueza de la técnica en estado primitivo proviene de su ambigüedad inicial, de la exhibición en estado puro de sus mediaciones. Una vez que ese momento “ha sido superado”, la ambigüedad se convierte en estabilidad y la búsqueda de alternativas queda reducida a algunas pocas opciones. Esto no quiere decir que luego no se produzcan transformaciones. Desde luego, la dinámica es permanente, pero la exhibición técnica pasa a ser de otro orden pues los artistas ya no necesitan conocer tanto de ella para poder utilizarla. Lo cual vuelve a la técnica una cuestión de técnicos. Y en el momento en que la televisión llega, finalmente¹⁰, a convertirse en un medio de masas las búsquedas estéticas resultan subsumidas en esa lógica de absorción permanente y flujo continuo.

De parte de las audiencias

Entre el interés estético -efímero interés de algunos pocos- y el uso que las audiencias realizan de la televisión -permanente contacto de casi todos- suele mediar una gran distancia. Confundir estos procesos parece difícil y, sin embargo, buena parte de la valoración del modo en que las audiencias se han relacionado con la televisión se basa en esta confusión. Donde los críticos han leído un gesto vanguardista -llámese el collage en el video clip o el uso del kitsch en el melodrama-, las audiencias mayoritariamente desprovistas del mundo -y del modo- referencial al que esos gestos aluden han visto necesariamente otra cosa. Por otra parte, las audiencias nunca necesitaron de la legitimación de los críticos para acercarse a la televisión y se han mostrado más bien desconfiadas para con aquellos que pretenden acercarse a un lugar donde nadie los ha invitado.

El desdibujamiento de lo alto y lo bajo, de las fronteras entre arte y cultura, no engañan acerca

7 Así lo señala Roberto Rossellini en *El cine revelado*, Paidós, Barcelona, 2000.

8 A partir de lo que señalan Renato Ortiz (1988) y Sandra Reimão (1997), sobre los comienzos de la televisión brasilera, pareciera que se trata de procesos, al menos, comparables. Los estudios sobre la televisión francesa e inglesa permiten pensar que se trata de un proceso ligado a esta condición primitiva de la técnica que se traduce en especificidades determinadas por el modo en que se desarrollan institucionalmente los canales (Jacobs, 2000; Lévy, 1999).

9 François Jost (2002), por ejemplo, ve en los comienzos de la televisión un paralelo con los comienzos del cinematógrafo que demora un tiempo en conseguir un lenguaje específico. Por mi parte, considero que la oscilación entre “usos mediáticos” y “usos artísticos” debiera leerse a la luz de la diferenciación entre el interés autorreferencial por la técnica en su momento inicial, la búsqueda estético-discursiva de una cierta incertidumbre y una relativa estabilización del medio que se produce en una etapa posterior.

10 Este proceso no demora lo mismo en todos los países y es obvio que en el caso norteamericano, donde su historia coincide con la expansión geométrica de su industria cultural, no podríamos encontrar los mismos elementos que en otros países. El tiempo que demora este proceso deja sus huellas.

de la persistencia de distinciones. Sobre todo, no engañan a los miembros de las audiencias que -según la fórmula de Bourdieu- no necesitan conocer para reconocer, y reconocen fácilmente la existencia de barreras que los separan de aquello que desconocen. Por otra parte, sería absurdo que la crítica a los estudios de audiencias no nos permita considerar el interés real que ofrece la comprensión del punto de vista de las audiencias. En todo caso, y como ha sido repetido incansablemente, el interés por la creatividad de las audiencias frente a la -muchas veces pobre- oferta televisiva existente no debería obturar la necesidad de mejorarla. Salvo que sostengamos que eso llevaría a embrutecer la creatividad de las audiencias, a partir de la sospecha de que nuestro mayor acceso a la oferta cultural -en comparación con la de los sectores populares- nos ha colocado en alguna seria desventaja.

Los estudios sobre recepción, que en el caso de la televisión han devenido, sin más, estudios sobre audiencias, se han basado en un supuesto central: la televisión es una y las interpretaciones de las audiencias son variadas. Aun cuando la crítica a este presupuesto ha cubierto páginas y páginas de debates bizantinos¹¹, cuando uno se detiene a analizar el diseño de las investigaciones sobre audiencias televisivas no cabe duda de que éste es el modelo imperante. El caso típico podría ser el de tomar un programa emitido en diversos países y ver de qué manera las audiencias, de "orígenes" diversos, interpretan de manera diferenciada ese mismo programa. Este modelo fue de enorme importancia para discutir la concepción manipulatoria tanto de la televisión como de otros medios de comunicación y, en términos generales, para poner en primer plano el interés por los lectores, receptores, miembros de la audiencia y, de esta manera, cuestionar la verdad inmovible de las lecturas realizadas por los críticos. Sirvió, por otra parte, para discutir el concepto de

homogeneización, concepto ligado a la comunicación concebida como comunicación de masa. Y sirvió, por supuesto, para que en algunos casos la televisión elaborara versiones locales diferenciadas. Generalmente, la producción va más rápido que los críticos.

El problema es que los *mass media* nunca fueron "homogéneos", y en la actualidad menos que nunca. Una de las características más notables de los formatos gráficos, que devendrían populares desde el siglo XIX, fue su tendencia a la heterogeneidad. Los magazine son, quizá, el ejemplo más notable de esa miscelánea: páginas fragmentadas con información variada en yuxtaposición. "Faits divers" parece una fórmula bien adecuada para lo que estamos diciendo. Y no hace falta señalar que los "programas ómnibus" de la televisión, resaltados por los entusiastas críticos de la televisión de los 80 y 90 obedecen a la misma lógica -aunque en verdad los programas existieron casi desde los inicios de la televisión, sin esperar a que la "neo-televisión" los viniera a descubrir-.

La tendencia a la fragmentación de la oferta para públicos cada vez más específicos también es algo que se encuentra en germen en los medios gráficos y en la industria cultural en general. Las revistas para niños, mujeres, hombres, amantes del deporte, la moda o la jardinería, los negocios o el campo, son una buena muestra de ello. Sin embargo, la aparición de esa tendencia en los medios gráficos, coincidió con la existencia de diarios que -aunque variados y dirigidos a distintos públicos- eran más bien pocos. En cualquier caso, existían lugares de tribuna, o por lo menos de encuentro, entre los lectores con uno u otro interés. También permanecían en pie otras instituciones del Estado, un dato nada menor pero que nos exigiría desarrollar cuestiones que nos desvían de los propósitos de este artículo.

En la actualidad, las posibilidades técnicas

11 La bibliografía sobre la historia de los debates intelectuales de este problema es extensísima, tanto en los estudios anglosajones como latinoamericanos. Sólo algunos de esos "momentos" se encuentran en los trabajos de Morley (1992), Silverstone (1994), Abercrombie y Longhurst (1998) y Orozco Gómez (1991).

vuelven cada vez más sencilla -esto es, más barata- la construcción de una oferta más y más específica. Una televisión hispana en Estados Unidos ha dado lugar a una televisión hispana anglófona¹². Dejando a un lado el impacto cultural que una fórmula de este tipo produce, lo más obvio es que la tendencia a la especificación parece ilimitada. De alguna manera, la televisión generalista, el cine de masas o los diarios para grandes públicos, dejaban a muchos afuera o podía incorporarlos de manera poco entusiasta. Una gruesa interpretación económica diría que la creación de canales y/o cadenas dirigidas a públicos cada vez más específicos es la respuesta del mercado para que nadie quede afuera. Una gruesa lectura política diría que la desaparición de espacios generalistas coincide con la desaparición de un espacio público común. El interés por los estudios de audiencias se basó fundamentalmente en este aspecto. Usos diferenciados de la cultura de masas permitieron a los sectores menos favorecidos acceder a una cultura que les había sido históricamente escamoteada. El problema es que la condición para que esa apropiación ocurra parece ser la existencia de puntos de encuentro; y, en algún sentido, de una "cultura común".

Modernización y/o memoria

Cuando señalamos la condición anacrónica de los inicios de la televisión lo hicimos sobre la base de los criterios de modernización con los que habían sido creados los medios de comunicación modernos. Las promesas de un futuro de progreso están en la base de ese proceso de modernización. Los electrodomésticos que la televisión ayuda a vender, a través de la publicidad en su pantalla, forman parte de esa imaginación de facilidad y solución rápida de un futuro "supersónico", "cibernético", "nuclear", "espacial", o cualquiera fuera la fórmula utilizada por el héroe de

turno. El futuro parecía al alcance de la mano a través de la solución técnica, por eso no fue casual la referencia a acontecimientos de fines de la década del 60: se trató de un momento de aceleración de los tiempos históricos en el que el futuro -ya no supersónico, sino revolucionario- parecía tocarse con la mano.

A la distancia, resulta paradójico que la televisión se haya convertido en un archivo fundamental de la memoria de entonces. No porque la revolución fuera televisada, obviamente, sino porque las generaciones posteriores parecen haber armado su memoria del pasado a partir de las imágenes televisivas. Ésta es una de las cuestiones más interesantes de la relación de las audiencias con la televisión en la actualidad. Ya no se trata de pensar de qué manera diferenciada "usan" los televidentes a la televisión, sino de qué manera subjetividades atravesadas por la televisión conforman su memoria a partir de ella. En este sentido, la escritura de la historia ya no puede desentenderse fácilmente de las imágenes. El debate sobre las distinciones entre historia y memoria está a la orden del día, y el rol de la televisión en relación con la memoria -un tema que apenas comienza a ser valorado y estudiado¹³- forma parte de esta presencia -¿opresiva?- del pasado en los tiempos que corren¹⁴. La televisión, que no acertó en su momento a mirar hacia el futuro, sirva, quizás, como archivo del pasado.

Bibliografía

- ABERCROMBIE, N. y LONGHURST, B. *Audiences. A social theory of Performance and Imagination*, Sage, London, 1998.
- GRIMSON, A. y VARELA, M. *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, EUDEBA, Buenos Aires, 1999.
- HALBWACHS, M. *La mémoire collective*, París, Albin Michel, 1997.

12 Ponencia presentada por Leila Ben Amor Mathieu en la Jornada "Médias et Migrations", Maison des Sciences de l'homme de Paris Nord, París, 18 de marzo de 2005.

13 En la Argentina vale la pena mencionar los trabajos de Claudia Feld sobre la memoria de la televisión del Juicio a las Juntas militares.

14 Si bien las referencias a Halbwachs (1997), Ricoeur (1999) o Nora (1992) resultan ineludibles, la bibliografía sobre memoria crece día a día.

- HUYSEN, A. "La cultura de la memoria: medios, política y amnesia", en *Revista de Crítica Cultural* N° 18, Santiago de Chile, junio 1999.
- JACOBS, J. *The intimate screen. Early British Television Drama*, Clarendon Press, Oxford Television Studies, Oxford, 2000.
- JOST, F. "La télévision entre 'grand art' et pop art", en Delavau, G. (dir.). *Télévision. La part de l'art*, L' Harmattan, París, 2002.
- LÉVY, M. F. (dir.). "La création des télé-clubs. L'expérience de l' Aisne", en *La Télévision dans la République. Les années 50*, Éditions Complexe, Bruxelles, 1999.
- MORLEY, D. *Television Audiences & Cultural Studies*, Routledge, London & New York, 1992.
- NORA, P. (dir.). *Les Lieux de mémoire, Les Francais*, Gallimard, París, 1992.
- OROZCO GÓMEZ, G. *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, Universidad Iberoamericana, Cuadernos de Comunicación y Prácticas sociales N° 2, México, 1991.
- ORTIZ, R. *A moderna tradicao brasileira. Cultura Brasileira e Indústria Cultural*, Brasiliense, São Paulo, 1988.
- REIMÃO, S. (coord.). *Em instantes. Notas sobre a programação brasileira (1965-1995)*, Cabral Editora Universitária, São Paulo, 1997.
- RICOEUR, P. *La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido*, Arrecife, Madrid, 1999.
- SILVERSTONE, R. *Television and everyday life*, Routledge, London and New York, 1994.
- VARELA, M. *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires, 2005.
- WILLIAMS, R. *Television. Technology and Cultural Form*, Wesleyan University Press, Hanover & London, 1992.

