

Realidad social y medios*

—El caso de la T.V.—

Fernando Aranguren**

ESTRUCTURA Y FUNCION DE LOS MEDIOS EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

El desmesurado crecimiento de la producción material en los países de industrialización avanzada y la consiguiente demanda de socialización de la riqueza, por el aumento y cualificación de la participación laboral, son factores que actúan en favor del incremento de la vida colectiva alrededor de un esquema político y cultural, cuya integración y funcionalidad dependerán notablemente de la capacidad y cobertura de los mass media. Estos se presentan como prolongaciones del poder central y reproducen información, mensajes de amplia circulación generados en los núcleos de actividad política, económica y cultural. Esta es, no obstante su desigual grado de concreción, una característica esencial de las sociedades contemporáneas.

* Este artículo es inspirado en la investigación, propiciada por la Universidad Central, sobre Cultura y Comunicación, adelantada por un equipo de trabajo del cual hace parte el autor.

** Licenciatura en Filosofía y Letras, Universidad Nacional y Magister en Epistemología de las Ciencias Sociales, Universidad Nacional. Actualmente es profesor del Area de Teorías de Comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana.

En las economías industrializadas se gesta una profunda revolución en el campo científico y tecnológico, que supera las formas tradicionales de subsistencia y organización social propiciando el advenimiento de la sociedad de masas. En su interior los medios masivos aparecen como estratégicos pilares de su compleja y heterogénea configuración, en realidad son elementos de re-información de un orden, de una administración total. Se integran a todos los niveles del sistema y permean el conjunto de las actividades humanas, convirtiéndose en factores inseparables de una nueva cotidianidad, de un nuevo espacio colectivo.

Entre los cambios más trascendentales que se pueden registrar figura la reubicación de incidencias de los componentes del proceso de producción. Al parecer muchos matices del esquema base material —superestructura se volatilizan o se reorientan, llegando incluso a invertir sus papeles, como ocurriría en el caso de la llamada "Industria de la Conciencia" (1). Pero la cuestión no termina ahí; la revisión de supuestos teóricos en el campo de la comunicación desemboca en la necesidad de planear su propia economía política, esto es, de vertebrar su proceso con categorías y principios explicativos inmanentes a ese campo (2). De aquí derivarán interpretaciones novedosas, como la de concebir la función de los medios en términos no sólo de reproductores de ideología, sino también productores de una particular mercancía: públicos (3), cuyo tiempo "libre" es objeto de permanente transacción en el mercado de capitales.

Se alcanza así una dinámica social que en la medida de su desenvolvimiento, irá sentando un amplio espectro de homogenización en las masas, lo cual redundará en beneficio del control ideopolítico, fortaleciendo las propuestas de unidad en torno a un régimen de prospección corporativista, orientado en forma exclusiva por la lógica del mercado. Correlativamente, el poder acumulado en tales formas organizativas de la gestión social las convierte, de hecho, en focos de polarización del ordenamiento universal: el valor de la información (= la savia de los medios), de su generación, manejo y reproducción, es automáticamente condición de poder en el ámbito mundial. El proceso se repetirá, en esta nueva dimensión, privilegiando un elemento de gran impacto: la tecnología, en particular, la de la comunicación.

EL COMPONENTE TRANSNACIONAL DE LA COMUNICACION

El desarrollo desigual de pueblos y naciones se traduce, en nuestra época, en la configuración de un sistema mundial cuya organización a partir de núcleos de

1. Enzensberger, Hans Ln. **Elementos para una teoría de los medios de comunicación.** Barcelona, Anagrama, 1984, página 7.
2. Garham, N. **La cultura como mercancía, en la televisión: entre servicio público y negocio.** en Richeri, G. (ed) Barcelona, G. Gili, 1984, pág. 23.
3. Smythe, Dallas. **Las comunicaciones: "agujero negro" del marxismo occidental** en Richeri, Op. cit., págs. 71-103.

poder económico y tecnológico, conlleva la distinción entre centro y periferia, entre capitalismo avanzado y capitalismo tardío. La relación entre estos polos es de tipo unilateral, de manera que, en lo fundamental, la información circula en un solo sentido, y en ese proceso de circulación se inscribe todo el andamiaje de la expansión imperialista. Se trata de la exportación conjunta de capitales, modelos tecnológicos y patrones culturales.

En particular resalta la preponderancia de los Estados Unidos en todo este proceso, pues su posición privilegiada respecto del movimiento productivo lo convierte en elemento condicionante, determinante de la marcha global que han de seguir regiones y países sujetos a su área de influencia. Influencia que es inseparable de una "penetración de las comunicaciones y de la cultura así como de una saturación de los mass media" (4). De aquí precisamente se desprende un ámbito de dominio de las empresas norteamericanas vinculadas al mercado de las comunicaciones, cuyo control y manipulación son bien conocidos.

América Latina es, en este contexto, un territorio "privilegiado" (5) para desplegar el poderío del modelo gringo en todos los niveles y canales de comunicación masiva, su control y tutelaje sobre los medios es prácticamente inagotable. Las referencias sobre esto abundan en la literatura y estudios dedicados al tema, llegando en ocasiones a convertirlo, de modo unilateral, en un lugar común, carente de mayor significación. Pero en cambio, sigue siendo una verdad de hecho que el mercado, los patrones de producción, los ejes de comercialización y la dependencia tecnológica, son en esencia patrimonio de transnacionales cuyas casas matrices se ubican en norteamérica (6).

Gracias al enorme potencial representado por los medios, éstos se utilizan para exportar la imagen convencional de USA, buscar su imposición sutil y condicionar desarrollos regionales o locales, fomentando juegos de equilibrio e identidad no siempre claros o fácilmente reconocibles. Esta particularidad ocasiona, en el caso de la T.V., un curioso maridaje: mientras es ostensible en muchos programas, usos técnicos y retóricos del medio, el "tutelaje", la impronta del "made in USA" (7); se da también con notable fuerza una "asimilación", una convivencia y hasta una apropiación "creadora" de todos esos recursos que objetivamente están ahí, se les debe utilizar, etc. (8).

Ahora bien, en cuanto hace referencia a la televisión, está claro que en latinoamérica el modelo norteamericano constituye el principal núcleo de

4. Schiller, H. **La comunicación sigue al capital**, en Richeri, op. cit., págs. 51-70.

5. Idem. También Nordenstreng K. y Varis T. **¿Circula la televisión en un solo sentido?** Unesco, 1976.

6. Idem.

7. Idem.

8. Al respecto, Jesús Martín y en general la tendencia expresa recogida en el texto **Comunicación y culturas populares en América Latina**. México, Ed. G. Gili. Felafacs, 1987.

influencia para el manejo del medio, adaptándose el esquema funcional definitivo según las circunstancias pertinentes a cada país; pero el mercado tanto de aparatos como de programas sigue controlado por las transnacionales gringas. Ese control va más allá del mercado de productos televisivos y se inserta en una amplia franja de penetración ideológica y cultural. Esta penetración en la vida de los países de la región, multidimensionada por el impacto creciente de la televisión, es un fenómeno reconocido por diversos estudios, y recientemente es fuente de polémicas y originales variantes interpretativas.

LOS MEDIOS Y LA RECIENTE HISTORIA DEL PAIS

En tanto asistimos a una modernización cada vez más acelerada, que trae consigo la expansión económica y el adelanto tecnológico, en el país también se asiste al despliegue y crecimiento de los medios masivos. Esto presupone una gran capacidad de influencia, convirtiéndolos en factores claves de la vida nacional. El frecuente uso de radios y televisores en el curso de la cotidianidad ciudadana implica una serie de cambios reconocibles en sus hábitos y tendencias expresivas. La llamada revolución del transistor en los años sesenta y la popularización del televisor en los centros urbanos, constituyeron expresiones típicas de nuestra inserción al estadio de la comunicación masiva. Hoy configuran una práctica, un ritual; hacen parte de un ámbito doméstico y público, cuyo impacto principal en el orden socio-cultural está aún por determinarse con el rigor y profundidad requeridos.

Asumidos en el contexto descrito, resultan pertinentes preguntas como: ¿en qué medida los medios han sido propulsores de la dinámica social, esto es, generadores de nuevas formas de producción y organización económica? ¿cuál ha sido su posición frente a los grandes acontecimientos ocurridos en el país? ¿cuál ha sido su papel frente al Estado e instituciones del ordenamiento civil?, ¿se inscriben su estructura y contenidos en lo que se ha identificado como industria cultural?, ¿cuál ha sido su aporte al desarrollo de la conciencia ciudadana? Estos son entre otros, algunos de los interrogantes decisivos para juzgar el papel desempeñado por los medios durante el reciente proceso histórico colombiano.

ESTRUCTURA Y FUNCION DE LA T.V. NACIONAL

Nuestra televisión no escapa, en ese sentido, a la lógica de la modernización, proceso este que necesita integrar y cohesionar ideológicamente a la nación. Esta tarea ha sido adelantada en gran parte por la televisión, dado su papel cardinal en el conjunto de las prácticas comunicativas, pero resulta altamente cuestionable por la orientación que se le ha imprimido a su manejo. Desde sus orígenes, en la década del cincuenta, ha oscilado entre ser un elemento de expresión de la cultura nacional o un instrumento de la industria cultural, llegando finalmente a imponerse esto último con la respectiva merma de sus potencialidades.

En 1954, bajo la dictadura militar de Rojas, se introduce la televisión como una iniciativa del Estado, con la finalidad implícita de servir de instrumento de propaganda del régimen político (9). La caída del gobierno militar y la apertura del Frente Nacional le imponen a este medio una nueva dinámica que, en sus aspectos fundamentales, se mantiene vigente. De allí derivará el llamado "modelo mixto", en el cual se pueden diferenciar tres matices: ser propiedad estatal, servir de soporte a la expresión ideopolítica de los partidos tradicionales (el caso de los noticieros) y ser objeto de explotación económica por parte de la empresa privada. Este cuadro constitutivo, a la vez refleja un manejo hegemónico de los sectores dirigentes, excluye a las mayorías de un acceso participativo en el medio. Con ello la televisión cae en la órbita problemática de mostrarse como un servicio público puesto al servicio de intereses particulares (10).

De ahí que al enjuiciar la televisión colombiana no sea difícil reconocer en ella limitaciones o defectos ya denunciados en otros países, donde el medio está sujeto a una explotación esencialmente comercial (11). Sea el caso, por ejemplo, de su poder mitificador y estandarizador de conductas sociales, su eficiencia para promover patrones de consumo, la reproducción de una realidad fragmentada, la tendencia a la espectacularización, etc. Este conjunto de aspectos conduce a la formulación de inquietantes preguntas frente a nuestro modelo televisivo, entre ellas: ¿cómo afecta la televisión la vida social colombiana? ¿cuál ha sido su papel respecto del proceso histórico? ¿cuál ha sido su participación en la conformación de la cultura nacional? y ¿cómo se le puede explicitar?

La respuesta a estos interrogantes nos introduce ya en el tema inminente de la mediación cultural de la televisión.

ELEMENTOS PARA UN ANALISIS DE LA T.V.

Aspectos de marcada complejidad, que involucran un amplio campo de controversia e investigación, presiden el abordamiento del medio en un contexto como el del país. En efecto, coinciden en este panorama factores como el de la reciente incursión masiva de la televisión entre nosotros y la acentuada escasez de análisis sistemáticos dedicados al fenómeno que ella entraña; la dinámica innovación de los estudios sobre televisión que a nivel mundial y continental cuestionan los esquemas vigentes; el conflicto de intereses que interfieren en su concepción y manejo, convirtiendo el medio televisivo en un ámbito cerrado y excluyente, donde se potencian los recursos y las luminarias que despiertan el celo y el recelo de amplios sectores sociales. Como quiera que sea, estos son

9. Martínez, P. H., *¿Qué es la Televisión?* Bogotá, Cinep, 1978.

10. Aspectos coincidentes y, a la vez, polémicos a este respecto se recogen, entre otras en: Martínez, P. H. Varios: *Juicio de la T.V.* y Buenaventura, J. *¿Qué hacemos con nuestra T.V.?* Bogotá, Magazín del Espectador, 1987.

11. Gubern, R. *La mirada opulenta.* Barcelona, G. Gili, 1986.

factores principalísimos en cuanto a las posibilidades de alcanzar un conocimiento objetivo de la televisión.

Definición

La televisión es un medio de comunicación masiva, de naturaleza audiovisual cinética, soportado en una compleja tecnología electrónica y posibilitador de toda una serie de medios compatibles y complementarios con su estructura original, que genera un vasto campo de influencia en el entorno socio-cultural hasta convertirse en el epicentro de nuevas y recientes tendencias en la reorientación de la prospectiva humana. A tal extremo llega a cristalizarse el impacto múltiple de la televisión, y por ende del tipo de imagen - valencia asociado a su naturaleza, que hoy se habla con acertada propiedad de una ecología televisiva, de una iconosfera donde la mirada desborda sus humildes cauces para llegar a la "opulencia" (12), esto es, para señalar los umbrales de una época, de una civilización inmersa en el espíritu de la teleimaginaria.

La anterior definición abre en realidad todo un universo de preguntas e inquietudes alrededor de lo que pueda implicar una civilización como la que se menciona por relación al auge de la imagen televisiva. Ahí precisamente se insertan cuestiones de orden epistemológico, sociosicológico, ideológico, ético, etc. que resultan pertinentes en un análisis juicioso del problema, algunas de las cuales ya se han planteado en nuestro medio: ¿hay ya en el país una generación formada bajo los patrones culturales de la T.V.? ¿en qué se diferencia, para bien o para mal, de las generaciones anteriores? ¿es constructivo, siquiera medianamente deseable, el perfil de los contenidos predominantes en el medio? ¿es factor de una sana y auténtica convivencia humana o, por el contrario, atenúa y disocia sutilmente el sentido colectivo? ¿qué nos cabe esperar, pues, de un fenómeno que irreversiblemente se integra hoy a la mayoría absoluta de la población? (recientes estimativos indican que en centros urbanos, donde se concentra alrededor de un 70% de la población colombiana, la televisión es un medio de uso doméstico en un 97% de los hogares) (13). La respuesta a estos interrogantes de seguro permitirá enriquecer la definición propuesta.

La Programación:

Nuestro contacto inmediato con el medio se realiza a través de la programación; ésta es, en verdad, la piedra de toque de nuestra relación con la T.V. Aunque no se le entienda o no se le asuma unívocamente, en general se considera que la programación obra como "empalme" entre el sentido y lo real, posibilitando un continuum (14) entre ellos, creando —hasta donde resulta posible— un

12. Idem.

13. Rey, G. También Peñalosa. El Espacio, julio de 1988.

14. Cebrian, H. *Introducción al Lenguaje de T.V.* s.d.

ambiente de integración, de mutua prolongación o de interconexión sistémica que permitiría “estar en el mundo de la T.V. y en ésta con el mundo”. De ahí que existan ya toda una serie de criterios, técnicas y modalidades encaminadas a fortalecer la programación (15), de modo que se mejore con ello el contacto del telespectador con el aparato receptor, hasta alcanzar los índices de mayor intensidad y frecuencia de contacto.

Esto, a su vez, incide en el diseño de contenidos —lo que se programa— y en la evaluación y control del medio —lo que se estima debe ser su rentabilidad económica y cultural—. Aunque ambos componentes tienden a ser medidos de modo exclusivo en términos de la lógica de mercado, no dejan de aparecer propuestas (16) que apuntan a la introducción de criterios de programación y evaluación verdaderamente comprensivos y flexibles, tales que beneficien de modo recíproco a las partes interesadas para obtener del medio un resultado positivo y éticamente no contradictorio.

En cuanto se refiere a la televisión colombiana, la programación parece ser un dispositivo de contacto manejado con principios esencialmente comerciales, lo que origina las correspondientes críticas a tales políticas de programación, y de donde se desprenden innumerables limitaciones del medio que, aunque goce de altísima aceptación, tiende a ser redundante dentro de un engranaje de inercia cultural y vacío político-cultural. Si los contenidos sustancializan el medio, lo vuelven real, dinámico y lo insertan en el espacio de la producción socio-cultural, vale preguntarse si tales contenidos provienen de una supuesta autonomía y que al ser vehiculizados socialmente harían de la T.V. un auténtico mediador cultural, o si, a la inversa, provienen de un embeleco que se oculta tras el monstruo indescifrable del liberalismo corporativo. La respuesta es directa, y se inclina por la última versión.

Por lo anterior es comprensible —aunque no justificable— que en nuestra televisión se produzca el cuadro convencional de la programación comercial. Pero con un matiz adicional: tal programación implica selección y combinación previas de lo que se presentará en el medio, esto es, supone un ordenamiento y valoración de la realidad que el telespectador captará y relacionará con su propio entorno, provocándose con ello una mezcla *sui generis* de elementos y ambientes, cuya íntima naturaleza o consistencia aún desconocemos. Entonces, nuestra televisión, a través de la programación, nos devuelve (impone, compone...?) una versión de lo real que interactúa con nuestra propia versión... y el balance de esa interacción define la naturaleza, la forma, el sentido, el valor cultural de la televisión.

15. Sahín, H. y Robinson, J. **Más allá del reino de la necesidad: La T.V. y la colonización del ocio.** En Richeri, op. cit., pág. 21.

16. Nordenstreng, K. Op. cit., pág. 11.

Si cerramos el círculo nos encontraremos con esta situación: la T.V. programa lo que le "gusta" al "público", y éste "convive" con lo que el medio le ofrece; pero, ¿es esto lo mejor? la respuesta desborda el tema de la mera programación y nos introduce en la dimensión de los efectos.

Los efectos socio-culturales de la T.V.

Dado que la inserción de la televisión en la cotidianidad del telespectador opera en todos los ámbitos, aquella afecta —enriquece o empobrece— el conjunto de relaciones que el hombre guarda con el entorno material y socio-cultural. De ahí que sean múltiples los efectos que se pueden atribuir a este medio, de los cuales sólo nos referiremos a aquellos considerados más relerantes, de mayor impacto y de más inmediata percepción: los efectos socio-culturales.

Al respecto existe un extenso inventario donde predomina lo negativo sobre lo positivo, aunque el marco de interpretación y valoración exija un análisis más profundo. Entre esa variedad de efectos sobresalen: la tendencia a privilegiar la simplificación frente a la complejidad; lo concreto y específico frente a la abstracción; el presente en detrimento del pasado; la televisión reduce la capacidad de concentración y lectura, fomenta la pasividad y el aislamiento individual; en ella se fragmenta e inmoviliza la realidad y la presentación de ésta se rige por la espectacularización (17). Sin embargo, no todo es negativo, también la televisión juega un rol positivo en diferentes planos del hacer humano y posee implícitas potencialidades que podrían convertirla en el elemento más dinamizador y democratizador de las relaciones sociales (18); todo es cuestión de manejo ideopolítico, de decisiones vinculadas al ejercicio del poder.

En relación con tales efectos nos interesa retomar una observación: en el Tercer Mundo se da el caso de generaciones de público que se educan directamente bajo la influencia de la televisión; pasamos de la "edad de piedra" a la época de la sofisticada tecnología de los medios electrónicos (19). Que la principal, cuando no única, fuente de información y conocimiento acerca de la realidad para una gran masa de población colombiana la constituyen estos medios, particularmente la televisión (20). Que la televisión es cada vez más el medio de mayor incidencia en el uso del tiempo libre de amplios segmentos de la población, por lo que sus contenidos se reiteran, interiorizan y comportan con mayor intensidad y frecuencia, que otros de posible concomitancia. Es en esta circunstancia, pues, se justifica retomar el análisis concerniente a tales efectos para poder juzgar con objetividad su incidencia en el espectro cultural de la comunidad.

17. Gubern, R., también Kidder, R. El Tiempo, lecturas dominicales, 1986.

18. Enzensberger, H. Op. cit.

19. Gubern, R. Op. cit.

20. **Proceso de Guerra y Paz.** Subproyecto: Medios de Comunicación en Colombia. Cinep, 1988.

Un balance definitivo a este respecto es, por el momento, imposible, aunque el predominio de la carga negativa se impone de modo fehaciente. En ella se concentran la inmensa mayoría de críticas destinadas a cuestionar el erróneo manejo del medio en nuestro país, pues entre nosotros muchos de esos efectos adquieren proporciones preocupantes. Pero la crítica, por lo general, no pasa de subrayar la limitación, de objetar el fundamento de las políticas y finalidades subyacentes a la programación, y preguntas como: "¿qué hacemos con nuestra televisión? (21), siguen demandando una profundización de los estudios a fin de alcanzar un encuadre de suficiente comprensión crítica que aporte verdaderas alternativas.

Los usos sociales de la T.V.

La renovación de perspectivas en las investigaciones que exploran el campo de la comunicación y la cultura, condujo al replanteamiento del papel que pueden jugar los medios respecto de la producción socio-cultural. Al abordar ciertos esquemas de interpretación se impuso la consideración de que esa producción debe ser asumida en tanto que un proceso necesariamente histórico, articulable en contextos diversos, de lo cual resulta un surtidor de nuevos problemas y configuraciones. La perspectiva generada muestra un desplazamiento de la cuestión de los medios hacia las mediaciones (22), donde el espacio de articulación de los distintos componentes se insinúa rico y sugerente; de aquí la preocupación hacia los usos sociales de los medios, visto como referente esencial de la innovación teórica.

La consideración según la cual la recepción social de los mensajes de los medios hacia las mediaciones donde el espacio de articulación de los distintos componentes se insinúa rico y sugerente; de aquí la preocupación hacia los usos sociales de los medios, visto como referente esencial de la innovación teórica.

La consideración según la cual la recepción social de los mensajes de los medios masivos no es o se lleva a efecto pasivamente, sino que engloba una dinámica propia, una "negociación", una aceptación con rechazo, una convivencia con resistencia, en fin una situación de apropiación re-creadora que conduce a una consolidación de lo propio y pertinente a un contexto dado (23); esto, nos parece, revela una dimensión para la interpretación y crítica de los mass media. Abre conductos que oxigenan la explotación permanente comunicativa, hacia los contornos de un saber social de múltiple procedencia pero coinciden en cuanto a la preocupación básica: la relación comunicación - cultura, que en latinoamérica se asocia a la reivindicación de lo popular en la

21. Buenaventura, J. Op. cit.

22. Martín B., Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona, G. Gili, 1987.

23. Idem.

prospectiva de una identidad cultural que oriente el proyecto histórico emancipador de estos pueblos.

No obstante lo expuesto, vale la pena detenernos aún en las siguientes consideraciones - preocupaciones: en un contexto como el de Colombia contemporánea (década del ochenta) ¿a dónde conduce el juego producción/recepción, el uso social de nuestra televisión? Si de alguna manera es un hecho cumplido la realimentación estructural entre esos dos ejes de la producción cultural, si ello conlleva la figura de la "negociación", el desenlace del recambio ¿a dónde llega?, el beneficio de inventario ¿dónde se ubica? Se podría acaso determinar ésto con parámetros como los que tradicionalmente se utilizan para abordar la cuestión? O, de otra manera, la apropiación y resemantización de los contenidos de la T.V. por parte de los públicos irrestrictos, que implica afirmación de lo propio, de lo regional o raizal, para levantarse como contraprestación a la invasión de lo foráneo, marcando una diferencia esencial; esto conlleva, simultáneamente, al reconocimiento, a la identidad cultural: ¿este producto, expresado como lo popular masivo, como lo popular urbano, como "nacional" colombiano, en ¿qué situación se halla frente al producto cultural occidental? ¿Qué nos revelarían, en este ámbito, los códigos incorporados al uso social de la T.V., ¿las lógicas de su consumo y reconversión? Sin duda, estas son cuestiones de primer orden en cualquier intento por establecer un juicio de responsabilidades al papel socio-cultural que pueda desempeñar la televisión en nuestra actual circunstancia histórica.

TRABAJOS FOTOGRAFICOS PARA ESTUDIANTES

**Revelado rápido ektachrome,
blanco y negro, color, kodalith.**

Venta de químicos, papeles, rollos.

**Toma, duplicado, revelado de
diapositivas.**

Su foto en un minuto. Venga a



**frente a la Javeriana
Cra. 7a. Calle 42 Esquina
Tel. 2320018**







