

Lo popular en y ante la televisión: una propuesta.

Hernando Martínez P.

APROXIMACION A LA ACTIVIDAD DEL ESPECTADOR

Hay varias preocupaciones en el ambiente: por qué los sectores populares gustan de programas televisivos mediocres? Por qué las programadoras se empeñan en transmitir programas de poca calidad artística, temática y cultural? Qué hacer para corregir las anteriores desviaciones? Aceptemos por ahora que las cosas sean así en la realidad. Si ahondáramos en los hechos encontraríamos datos que pondrían en duda los lugares comunes que se esconden en los enunciados de los problemas.

En el Documento anterior ("Lo popular en y ante la televisión: el diagnóstico") analizaba cómo la aceptación masiva de lo que se suele llamar programación de consumo recibe dos tipos de explicación. Según los denominados sectores cultos, el público masivo consumiría "lo chabacano" precisamente porque no tiene formación, no tiene criterios para distinguir lo bueno y lo malo, porque no se le ha desarrollado el gusto, porque los mismos medios de comunicación "lo han convertido en hombre-masa que únicamente obedece a los estímulos. Ya no imagina, ni sueña, ni piensa; ni actúa"(1), porque "la televisión se ha convertido en una fábrica de borregos atentos a los estí-

(1) "TV: una fábrica de inercia intelectual", MONTAÑA Antonio, EL ESPECTADOR, Magazín Dominical, noviembre 7 de 1982, p.13

mulos de los vendedores de inutilidades. La TV fabrica el gusto de la gente y luego lo satisface. Es un círculo vicioso''(2).

La otra línea de explicación proviene de sectores críticos de izquierda. El público estaría ideologizado, alienado, no tendría conciencia crítica. Por eso no solamente es vulnerable sino que positivamente gusta de los mensajes llenos de ideología, que cumplen la función de ocultar la realidad, que transmiten los medios masivos.

La descalificación resultante es absoluta. Desde las dos perspectivas los medios son vistos como instrumentos poderosos de alienación y los sectores populares como la pasividad total, la disponibilidad sin defensas. Correspondientemente lo popular queda equiparado con lo degradante, lo vulgar, lo alienado, lo inculto.

Por fortuna hoy se levanta una posición que mira las cosas desde otra perspectiva. Lo primero que hace es cuestionar la concepción de un espectador pasivo. De ahí se siguen, como en una reacción en cadena, otros cuestionamientos: Si el espectador no es pasivo es porque al percibir produce, entonces el denominado tradicionalmente proceso de producción no termina en el programa que vemos. Ahí, en la proyección y visión del programa terminaría una producción y comenzaría otra, la del televidente que lee, interpreta, selecciona, organiza.

Si esto es cierto el problema central se desplazará. Ya no nos preocupará tanto qué se transmite sino qué interpreta el público y desde dónde lo interpreta. Claro que este desplazamiento es complicado porque la actividad se le acepta únicamente al espectador culto y al espectador con conciencia crítica. Ellos son los dueños de la capacidad de seleccionar, interpretar y valorar. Pero si se demuestra la actividad de TODO espectador, el masivo incluido, comenzará a relativizarse el problema de los contenidos, del qué se transmite, lo mismo que la famosa polémica sobre el no menos famoso Estatuto de Televisión que se

(2) MONTAÑA Antonio, *ibidem*

ha propuesto como remedio para todos los problemas: para que la televisión deje de ser la industria de la chabacanería, para que pase a ser formadora y educadora o, en términos de Andrés Holguín y del Ministro de Comunicaciones, para que se convierta en “vehículo transportador de la cultura”(3), “...de la cultura, la gran cultura, la que hechiza y cautiva”(4).

Y al relativizar el Estatuto como solución mágica entra en crisis la concepción que lo sustenta: que la televisión es neutra. Sería mala actualmente, perjudicial para la sociedad, debido al grado de comercialización y politización a que ha llegado, pero puede ser buena si —orientada y controlada por el Estatuto— se le da un uso distinto.

APROXIMACION A LOS MEDIADORES

Cuestionar entonces la pasividad del espectador es poner en crisis toda la estructura de conceptos, diagnósticos y soluciones que se afirman y repiten sin cansancio. Y, si continuamos presionando, el castillo de naipes seguirá tambaleando. El concepto que se tiene de contenido, por ejemplo: Si el espectador es activo el mensaje deja de ser una esencia interna del programa, algo fijo que pasaría directamente al espectador transformándole o creándole automáticamente sus valores y comportamientos.

Este concepto es fuente de contradicciones en los análisis que sobre la televisión se hacen en las columnas y artículos de prensa. Y esta contradicción me da oportunidad para avanzar en un concepto que va a ser clave en la reflexión posterior. Un caso en que aparece la contradicción: primero, antes de las elecciones del 82, la gran preocupación era que la avalancha publicitaria lopista iba a incidir en la votación, sobre todo por la forma como se manipulaba la noticia. López inundaba la pantalla, Belisario tenía algunas oportunidades, a Galán apenas si lo deja-

(4) “Televisión”, HOLGUIN Andrés, EL TIEMPO, sept. 8 de 1982, p.5A

(3) “La Televisión actual no es la ideal: Mincomunicaciones”, EL TIEMPO, septiembre 4 de 1982, p.12B

ban asomarse en los noticieros. Se cuantificaron minutos y segundos que se le daban a cada candidato. En las elecciones los resultados no tuvieron nada que ver con las estadísticas anteriores. Y ahí fue el problema. Cómo explicar que la TV no hubiera “producido efectos”? Los analistas tuvieron que recurrir a otros factores distintos de la pasividad: que Bogotá es una ciudad tradicionalmente Llerista, que López se había equivocado al vincularse al desprestigiado gobierno de Turbay, que Belisario había acertado al proponer cosas concretas. Estas explicaciones equivalen a aceptar que los espectadores leían, interpretaban la información desde un “espacio” o dimensión, que, por lo tanto no es pasivo sino activo, y que existen unos mediadores, algo que media entre lo transmitido y el receptor. El mediador del “espacio político” (Llerismo bogotano), el “vivencial” (condiciones de vida de un sector de la población en un momento histórico), el mediador “forma de comprensión” (comprender por medio de concretos, de tangibles referidos a las necesidades cotidianas y no por abstracciones). Equivale, consecuentemente, a aceptar que el espectador es activo al interpretar las cosas desde unas dimensiones o “espacios” mediadores. Son “esapacios” no en el sentido físico del término, sino en cuanto que son instancias sociales.

Este concepto es clave porque, además de aclarar la noción de actividad del perceptor, lleva a la crisis del concepto de producción en la comunicación. Cuando se considera pasivo al perceptor se parte de la base de que el único que **produce** es el emisor que crea el contenido, en cambio al considerar activo al espectador se afirma simultáneamente que éste **también produce**. Una producción termina en el mensaje, pero otra producción comienza allí.

Esta primera aproximación me hace pensar que la cuestión no es tan complicada como parece, que lo único que hay que hacer es volvernos coherentes. Por qué si los psicólogos y psiquiatras, como Alvaro Villar Gaviria, que tradicionalmente han sido los más prevenidos frente a la televisión, están aceptando la existencia de la familia como instancia mediadora, por qué, repito, no aceptar que existen otras?, que siempre se da una me-

diación entre mensaje y perceptor? Por qué reducir el papel mediador de la familia exclusivamente a lo psicológico?

APROXIMACION A LOS OBJETIVOS

No hay que nada tenga que ver con la terapéutica en este enfoque. Con estas bases quedan cerrados los caminos que conducen a remedios que mejoren la TV, a normas que la conviertan en “vehículo de culturización” o de concientización. La perspectiva es distinta: situar la relación que hay entre TV y espectador en lo social, en las producciones culturales que se dan al interior de una sociedad y que se materializan en la diversidad de mediadores. Y entre estos mediadores y producciones culturales me interesan preferentemente los populares, los de aquellos sectores que la cultura culta juzga que son consumidores pasivos que hay que educar. Cuál es la relación de lo popular con los mensajes televisivos?

Para responder a este interrogante y para exponer el aspecto central, la existencia y características de los mediadores en relación con la actividad del perceptor, me apoyo en la corriente teórica a la que han aportado Umberto Eco, Julien Greimas, Paul Ricoeur, Jorge A. González y, en nuestro medio, Jesús Martín B. (en sus trabajos en la Universidad del Valle); una línea de pensamiento que está prevaleciendo en América Latina buscando la relación entre comunicación y cultura. Creo que desde esta perspectiva adquieren nuevo sentido las luchas por un estatuto, por la democratización o por una comunicación alternativa.

LA TENTACION DEL MISIONERO

La expresión es de Umberto Eco⁽⁵⁾ para denunciar la actividad de quienes se sienten poseedores de la verdad en la interpretación de los mensajes. Sabemos que el hindú interpreta la palabra “vaca” como “objeto de adoración”, pero nos asalta la idea misionera de convencerlo de que está en el error, de que tiene que interpretarla como lo hacemos nosotros, los que po-

(5) ECO Umberto, “El público perjudica a la televisión?”, en *SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS*, Miguel de Moragas Editor, 1979 Editorial Gustavo Gili.

seemos la verdad, como carne para bistec. La falacia que está detrás del misionero consiste en creer que los otros interpretan de otro modo el mensaje porque tienen códigos imperfectos. La contrapregunta que hace Eco es si ese aparente déficit de códigos no oculta la existencia de otras culturas distintas de la nuestra, con otras reglas de selección y organización de la realidad y de los mensajes?; en otros términos, no existen otros códigos culturales?

Una cultura es un principio que selecciona: de todos los sonidos que puede emitir el hombre cada lengua selecciona unos y los organiza de una forma propia para conformar palabras. Nosotros no tenemos algunos sonidos y combinaciones del inglés, del italiano o del francés, ni siquiera la c y la z de los españoles. Pero esto es solo el comienzo. Los antiguos latinos sólo conocían el término "mus" en tanto que nosotros tenemos dos para diferenciar entre ratón y rata. La cuestión no está en tener dos términos, o sea dos unidades expresivas, sino en que ahora tenemos dos expresiones distintas, o sea dos unidades de contenido, distintas. De la misma manera que, siguiendo con otro ejemplo de Eco, el esquimal tiene cuatro términos, cuatro unidades de expresión, para nombrar la nieve, no porque su lengua sea más precisa sino porque su experiencia de la nieve es distinta de la nuestra. Lo que tiene es unidades de contenido distintas.

Todo esto para señalar cómo las unidades expresivas (palabras, imágenes, gestos, etc.), no tienen un contenido único en sí mismas, sino que el perceptor las llena de sentido o significación, las hace corresponder a determinadas unidades de contenido según una experiencia cultural. Por consiguiente una cultura es un principio productivo de contenidos, y la percepción es un filtro activo, que llena de contenido las unidades expresivas que se le transmiten. Para señalar también que la ausencia de fragmentación de unidades expresivas primarias (por ejemplo la unidad "comestibles") o las divergencias en su fragmentación (un bogotano no coloca entre los comestibles las hormigas culonas de los santandereanos) no equivale a "ignorancia", "deficiencia" sino que son indicios de la heterogeneidad de experiencias, de unidades de contenido, de producciones culturales.

Entonces, regresando a nuestro punto: qué están interpretando las culturas populares en los programas televisivos? de qué contenido los están llenando? Del que nosotros nos imaginamos?. Y seguimos haciendo sondeos de opinión y cuantificando audiencias, con lo cual lo único que podemos saber es qué programas gustan, cuántas personas los ven, pero nunca qué es lo que el público ve, gusta e interpreta en esos programas. Son sondeos, afirma Eco, que pueden servir a las programadoras y a los publicistas, pero que son completamente irrelevantes desde el punto de vista de la sociología de la comunicación y, menos aún, como indicadores de "efectos".

LIBRECAMBISMO? UTILIZACION?

El término también es de Umberto Eco. Lo lanza porque puede ser la conclusión obvia de lo anterior: dejemos que cada uno interprete las comunicaciones que le llegan como quiera. Pensando en la perspectiva de lo popular, que orienta estas reflexiones, el librecambismo se convertiría en populismo: de la actitud del misionero que tiene la verdad en el bolsillo se pasaría a la afirmación de verdades, ninguna mejor que la otra, según la pluralidad de códigos y culturas, de formas de organización y comprensión de la realidad.

Prefiero seguir con los ejemplos de Eco. Supongamos un individuo de una cultura que divide los colores en blanco, negro y color (indiferenciado, lo mismo rojo que verde que amarillo). Ese individuo puede vivir perfectamente en su ambiente, donde su sistema de contenido sería culturalmente orgánico, pero en una ciudad acabaría bajo las ruedas de los carros ya que el cambio del rojo al amarillo o al verde de los semáforos no le indicaría absolutamente nada. Si quiere vivir en la ciudad tiene que aprender a distinguir esas, y otras, unidades expresivas.

El extremo opuesto al librecambismo populista es el de la instrumentalización: comprender lo que los otros comprenden y la forma como lo hacen para hacerles comprender lo que queremos. Es una variante de la tentación misionera: conocer el lenguaje de los otros para alfabetizarlos.

Este segundo peligro sólo adquiriría dimensiones reales si la audiencia (sus códigos, percepción y usos de la información) fuera estática. La historia misionera católica es un buen apoyo para demostrar la dinamicidad de la audiencia: quién puede distinguir en las ceremonias religiosas que intentaron resignificar lo "pagano", lo que es resultado real de esta instrumentalización y lo que es permanencia táctica de lo pagano que se quería eliminar? Jesús Martín pone un caso más moderno: el de Guatavita. Los arquitectos intentaron resignificar el espacio de los habitantes de la vieja ciudad que fue inundada para la represa, pero los habitantes a su vez resignificaron, le dieron un uso distinto, al nuevo espacio que se les había diseñado desde otra cultura.

El primer peligro, el del populismo y librecambismo, es más real como actitud en una sociedad donde los ambientes y los modos de producción se mezclan e interrelacionan.

El peligro está en considerar que existen códigos populares puros y autosuficientes, que no han sido tocados por la transformación de las condiciones de vida ni por el contacto con otros códigos. El que he llamado "el misionero" cree que con argumentos y raciocinio, se puede lograr que "los ignorantes" llenen con otros contenidos —los que aquel juzga verdaderos— las unidades expresivas; que el hindú cambie el contenido de vaca, que el espectador deje de ver y de gustar lo que ve y gusta en "Las señoritas Gutiérrez" o en "La carabina de Ambrosio". Habría que ver si el resultado de esta enseñanza no es un aprendizaje de terminología sin contenido real o con un contenido que no es el mismo del misionero. El populista cree que los códigos nada tienen que ver con la dominación.

Estos problemas concretos me interesan por varios aspectos: 1) porque hacen evidente la dificultad para diseñar soluciones normativas, fórmulas específicas. 2) porque nos obligan a aterrizar en una cuestión clave: qué es entonces lo popular, los códigos y la cultura popular?, 3) porque nos vuelven a conectar con la existencia de los mediadores que había propuesto como eje inicialmente. En efecto, la pregunta que surge ahora es qué

media entre los datos significantes del programa televisivo y el acto del televidente de llenarlos de significado?; desde dónde, desde qué "espacio" realiza esta actividad?

LA CULTURA POPULAR: OTRA FORMA DE NARRAR

En dos talleres, organizados por el Departamento de Comunicación del CINEP con líderes populares, presentamos un episodio del programa televisivo "El Chinche" que pasa los domingos a las 7:30 PM por la cadena 1, con gran audiencia. Después de la proyección, los asistentes trabajaron por grupos en el análisis del episodio. En los dos casos los juicios fueron casi unánimes: utilización de esquemas y estereotipos que simplifican la realidad y ocultan los conflictos sociales; no aparece el proletario ni la explotación; lo popular es tomado únicamente como elemento de diversión, visión romántica y "folclórica" de los sectores populares que son idealizados; reproduce la ideología dominante por el arribismo que presenta sin criticar.

Por otra parte, buscando en periódicos y revistas se constata que los comentaristas cultos han tomado dos posiciones ante el programa. La mayoría lo encuentra muy positivo por su estructura dramática bien diseñada y desarrollada para mantener el interés, por la coherencia y fuerza de los personajes y de las situaciones, por la forma como retrata "la espontaneidad y costumbres de nuestro pueblo". Otros lo han criticado por utilizar personajes muy esquemáticos, por valerse de estereotipos y convenciones narrativas (las casualidades, por ejemplo), por la exageraciones en los diálogos, en los acentos regionales y en el vestuario. En síntesis, la cultura culta lo acepta cuando siente que se aproxima a la dramaturgia considerada de calidad, artística, y lo rechaza cuando juzga que está esquematizando, simplificando o vulgarizando lo que se considera culto.

Lo que aparece en este tipo de programas, y de películas, es una forma distinta de narrar que, consecuentemente, postula la existencia de una forma distinta de "leer". Quizás sería más preciso hablar de forma OTRA de narrar y de leer, como la de-

nomina Jesús Martín(6), autor que sigo en esta parte de la reflexión. Es "forma otra" porque no obedece, ni pretende hacerlo, a las leyes narrativas de la cultura culta. Es un narrar que se construye sobre conflictos y pasiones primordiales, que establece relaciones primarias, elementales, manifestadas en sus signos inmediatos (la madre, el hijo, la obediencia, el amigo, el deber, la fidelidad, la traición, la venganza), que, por lo tanto requiere de personajes prototipos perfectamente identificados y reconocibles (el fiel, el infiel, el apoyo, el vengador, etc.). Un narrar lleno de acciones que se acumulan sin descanso, que utiliza convenciones (la casualidad, el amor a primera vista, etc.), que recurre a exageraciones (en la forma de hablar, de expresar los sentimientos, de vestir). Finalmente, un narrar que tiende a la restauración de un valor, de una moral. Esta tendencia o búsqueda restauradora está íntimamente ligada a los impactos dramáticos, a la complicación de las acciones; de ahí que el clímax no sea solo el encuentro de máxima tensión dramática sino también el de confluencia de los factores que restauran la moral que peligraba romperse.

Otro narrar que, en síntesis, prioriza la acción sobre la definición psicológica de los personajes, lo primordial y simple sobre lo complejo y denso, lo concreto sobre lo abstracto, lo referente a la cotidianidad sobre lo trascendental, la abundancia y sensorialidad sobre la mesura y la racionalidad.

Esto es precisamente lo que le molesta a la cultura culta, que ve ahí degradación y vulgarización, y a la izquierda crítica que ve, además de degradación y vulgarización, manipulación ideológica. Pero, si por un momento olvidamos estas actitudes descalificadoras y clasificadoras (que dividen los relatos, los pro-

(6) MARTÍN Jesús, "Hacia una teoría crítica del discurso de la mass-mediación", Revista SCIENTIA ET PRAXIS de la Universidad de Lima, 1979; "Prácticas de comunicación en la cultura popular", Revista TALLER DE COMUNICACION, Universidad del Valle, No. 1, 1979; "Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación", mimeo, 1982; "Memoria narrativa e industria cultural", mimeo, 1982.

gramas, en buenos y malos según obedezcan o no determinadas reglas), podemos pensar que existe otra forma de leer, de percibir que es activada por esta forma de narrar.

LA CULTURA POPULAR: OTRA FORMA DE LEER

Un leer otro que implica una forma otra de percibir, de conocer, de comprender, por lo tanto de producir sentido. En los términos expuestos anteriormente, otra forma de llevar de contenido las unidades expresivas. Así como la forma otra de narrar es una forma otra de seleccionar y organizar las unidades expresivas.

Un leer y narrar que provienen de otra matriz cultural. Y aquí es donde la cultura culta se resiste, no acepta como cultura sino a sí misma; lo otro es ignorancia, no-cultura o sub-cultura, entendida como degradación o vulgarización de "la gran cultura, la que hechiza y cautiva", repitiendo la frase de Andrés Holguín anteriormente citada.

Se trata entonces de aceptar en serio la posibilidad de existencia de culturas, de pluralidad de principios organizadores de la realidad y de las informaciones (relatos, crónicas, noticias, etc.). Para esto hay que contar con que las condiciones históricas han producido diversas formas de enfrentar la realidad. Unas de estas formas históricas son las de los sectores que vivieron en una economía de lo inmediato y de lo concreto, cuyas relaciones sociales estaban fuertemente articuladas sobre lo familiar, en las que los diversos campos de la vida (lo económico, lo político, lo religioso), estaban íntimamente vinculadas entre sí y esta vinculación se manifestaba en las funciones y jerarquías de las personas, en las que el saber estaba profundamente vinculado a lo que hoy llamamos lo irracional. Desde esta perspectiva González Sánchez(7) y Jesús Martín han estudiado la historia de las fiestas populares y de la brujería.

(7) GONZALEZ S. Jorge A., "Sociología de las culturas subalternas", CUADERNOS DEL TICOM, No. 11, México, octubre de 1981.

Otras matrices culturales, producidas en otras economías y relaciones sociales, que a lo largo de la historia se han reafirmado en la lucha por sobrevivir ante la imposición de unidad que pretende La Cultura, que se define a sí misma como única forma válida de relacionarse con la realidad, de conocer y comprender. La diversidad de matrices, de códigos de percibir y conocer, de leer y de narrar adquiere entonces un sentido que nada tiene que ver con la descalificación. Por una parte, las formas otras de narrar, leer, percibir y conocer se vuelven memoria de esa otra matriz cultural que lucha, resiste, contra la unidad cultural que la quiere destruir, unidad que no es externa a la dominación económica y política. Por otra parte, y como consecuencia de lo anterior, la forma otra de narrar y de leer (relatos propios y ajenos) adquiere dimensión política, de resistencia. Esto nos conduce a ver lo cultural como campo de lucha, donde se lleva a cabo EN LA COTIDIANIDAD el enfrentamiento entre dominación y resistencia. Así se le da dimensión política a lo cotidiano. Razón tiene Jesús Martín al criticar a los sectores de la izquierda tradicional la despolitización que hacen de lo cotidiano, al concebirlo como puro consumo pasivo, como vacío absoluto que es llenado por la ideología que se transmite por los medios de comunicación.

Desde aquí volvamos a la forma otra de leer. La lectura popular se hace desde la necesidad de constitución de la memoria del grupo, del poder repetir lo narrado y reapropiarlo para otras situaciones, o sea, para volver a contar, recreando lo escuchado desde situaciones diversas a las propias. Jesús Martín la caracteriza con tres rasgos: lectura colectiva (que sigue la dinámica del grupo que, a su vez, toma el relato como punto de partida para el reconocimiento de la memoria colectiva. Así termina reescribiendo el relato), lectura expresiva (que no calla sino demuestra los sentimientos), lectura oblicua (apropiación del relato a según condiciones y conflictos del grupo).

DISGRESION SOBRE LA CULTURA

Disgresión necesaria, más para comenzar a señalar líneas de investigación que para clarificar conceptos que hasta ahora se están construyendo en la teoría de la comunicación y de la cul-

tura. Una cosa es lo que la Cultura (con mayúscula, o se la culta) dice de sí misma, lo que propone como modelo, y lo que encontramos en sectores cultos y en expresiones aceptadas como cultas. El modelo propone como forma de narrar la densidad de los personajes, la ruptura de esquemas, la riqueza y pluralidad de dimensiones de análisis, la transcendencia de lo cotidiano e inmediato. Pero lo que se encuentra es la abundancia de esquemas, de estereotipos, de convenciones, la simplificación de los hechos: la historia se nos narra como lucha entre buenos y malos, como continuidad de acciones, celadas y actos heroicos que provienen del altruismo o de pasiones personales. Al respecto léase el estudio de Fernán González sobre el mito de Bolívar(8). Películas que rompen con todos los esquemas como "Gritos y susurros" (Bergman) o "La historia de Adela H" (Truffaut) fracasan en teatros considerados de público culto mientras "Gente como uno", obra que no es sino un catálogo de lo que la cultura culta llama esquemas, es acogida como "gran película". Esquemas que también funcionan como activadores de la memoria de grupo, que permiten apropiarse de lo narrado para transferirlo a otras situaciones semejantes.

La tentación aquí sería clasificar los esquemas: habría unos buenos que activan lo popular, la forma otra de leer, y otros malos que activan "lo culto". Solución fácil que termina por negar todo lo que se ha construido a partir del rechazo de las actitudes clasificatorias. Entonces, todos los esquemas son buenos? y caeríamos en el librecambismo anteriormente criticado.

El campo de investigación se abre aquí para salirnos de la oposición radical en que hasta este punto de la reflexión he mantenido entre culturas cultas y culturas populares y, en segundo lugar, para definir con precisión categorías de esquemas. Lo que se ve aparentemente es que, para poner un ejemplo, no es el mismo esquema de bueno y malo el que opera cuando se narra la historia de Bolívar-Santander, o de Bolívar-Españoles, o de Batman-Gatubella, o de Eutimio-Chiche, o de Hombre Nu-

(8) Véase en esta misma publicación GONZALEZ Fernán, "El Proyecto político de Bolívar: mito y realidad".

clear-conspirador contra la libertad, o de indígena americano-conquistador español. Qué es lo que los diferencia?

Investigar, en tercer lugar, las diferencias de lecturas de esos esquemas según las formas de leer, interpretar y comprender. No los efectos de los esquemas sino su relación con la actividad productora de sentido de los perceptores.

Paul Ricoeur(9) analiza el esquema como elemento necesario para que un grupo pueda darse una visión de conjunto, una imagen de sí mismo y de la historia. Es el elemento en el cual un sistema de pensamiento se convierte en sistema de creencia. Por lo tanto, es la condición para que el pensamiento pierda rigor pero aumente su eficacia social, su capacidad de aglutinar y ser fuente de consenso. Allí se entroncan los esquemas en su acepción más amplia: los ritos, los slogans, las máximas, las fórmulas.

Esto nos da una visión de las dos caras del esquema. La primera es la de ser condición de la conformación del pensamiento social, o de los pensamientos sociales. La segunda es la fuerza acrítica que contiene: se asume lo nuevo desde lo conocido, y se reduce al campo de interpretación de los hechos.

De lo dicho en esa parte podemos concluir, en primer lugar, que el narrar, el leer y el interpretar culto y popular no se diferencian porque uno no tenga esquemas y el otro sí. En segundo lugar, que lo que diferencia a los esquemas no es que uno sea reductor y el otro no, ni que uno tienda hacia la inercia y otro no.

La diferencia hay que buscarla entonces en su relación con diversos órdenes económicos, formas de producción y de relaciones sociales, con diversas matrices culturales. Diversidad que no es neutra. Ha nacido históricamente de la lucha de lo popular por mantener su heterogeneidad frente a la dominación que se presenta como unidad.

(9) RICOEUR PAUL, "Ciencia e Ideología", Revue Philosophique de Louvaine, mayo de 1974.

De esta forma lo que valoriza a lo popular, sus producciones expresivas (formas de narrar, de organizar su espacio), y sus producciones perceptivas (formas de percibir, interpretar lo propio y lo ajeno) no es una "pureza" intrínseca, una esencia, sino la fuerza de resistencia a la unidad de formas de relaciones económicas, sociales y culturales, que pretenden negarlo.

LA CULTURA POPULAR: LOS MEDIADORES

En todo este recorrido he estado hablando de mediadores sin nombrarlos. Esas formas concretas de narrar (prototipos, convenciones, repeticiones, exageraciones, etc.), son mediadores expresivos, son elementos que median entre la forma de leer y la memoria del grupo (su universo de relaciones, valores). Por lo tanto el mediador expresivo cumple la función de activar esa memoria, esa forma propia de percibir, conocer y organizar la realidad. De ahí que sean elementos activadores de una forma otra de de abstracción. Y con esto queda cuestionada también la existencia de una forma única de abstracción, la nuestra, la que han consagrado la cultura culta y el llamado pensamiento occidental. Frente a esta abstracción racional se levantan ahora otras abstracciones: la del relato mítico, la de la leyenda, la de la parábola, la del esquema en relación a los prototipos.

Y aquí hay que volver a hacer referencia a la cultura culta, porque esta también posee y acepta mitos y leyendas, y los acepta como otra forma de narrar y abstraer; pero cuáles mitos acepta y desde dónde los lee? Porque es fácil aceptar mitos populares para leerlos como "folclor". Otra cosa es una visión, como la que tiene Greimas(10) sobre estos fenómenos en cuanto diversidad de "hablas" en la sociedad, diversidad que surge de la diversificación social, como mediadoras de la pluralidad de sistemas de conocimiento. Entendiendo por "habla" un sistema de códigos de expresión. Allí hay que ubicar también los mitos y epopeyas modernos —el deporte (ciclismo, fútbol)— y una

(10) GREIMAS Algirdas-Julien, "La semiótica y la comunicación social", en SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS", Miquel de Moragas editor, Editorial Gustavo Gili, 1979.

nueva perspectiva de interpretación de los mismos, como nuevos mediadores expresivos.

Pero además de los mediadores expresivos tenemos los materiales. Mediadores materiales son las instancias donde se generan y materializan los criterios y formas de vivir e interpretar otros campos de existencia. Jesús Martín propone para la cultura popular tradicional la familia como la gran mediadora: el tiempo familiar como el tiempo desde el cual se vivía el tiempo de la historia (el de los grandes acontecimientos de la sociedad) y el de lo privado (el que marca los momentos individuales). Puesto en términos modernos diríamos que la "emergencia económica" (tiempo de la historia) no es vivido e interpretado como el resultado de determinadas situaciones económicas y políticas sino como el tiempo en que la tía X perdió tantos millones de pesos por el reavalúo catastral.

Esa presencia fuerte de la familia como mediador del tiempo explica históricamente el auge del melodrama, ese relato articulado alrededor de lo familiar, en acciones y pasiones vinculadas con el parentesco. Es, en términos todavía de J. Martín, la realidad mirada y sentida a través de las relaciones familiares, mirada que se convierte en resistencia a la abstracción impuesta por la mercantilización de la vida y de los sueños que ha traído el capitalismo. El mediador, por lo tanto, nos vuelve a plantear una dimensión política en lo cotidiano: resistencia a la progresiva abstracción de la realidad que trae el capitalismo: las abstracciones mercancía, fuerza de trabajo, dinero, etc.

LA CULTURA POPULAR: LOS MEDIADORES HOY

La característica fundamental de los mediadores, expresivos y materiales, es la dinamicidad. Aceptemos, con Jesús Martín, que la familia —gran mediador en la cultura popular previa al período de la masificación que trajo el capitalismo— ha sido destruida por éste, que la transformó de instancia desde la cual se vivía la sociabilidad a célula de consumo individual, y de escape o refugio de los conflictos sociales. Quiere esto decir que se desmoronó el mediador de lo popular? La dinamicidad de las culturas lleva a la creación de otros mediadores. Se puede pro-

poner, como hipótesis, que las culturas populares han generado hoy el mediador vecindario. Un nuevo espacio o instancia desde la cual se vive e interpreta el espacio, los conflictos reales y la comunicación social.

Pero no es el único mediador urbano popular. El obrero tiene la fábrica como mediador de lo económico, en el cual se da producción de códigos de interpretación de lo social, y el sindicato como mediador de lo político. Estos, y otros, entran en conflicto. Cómo se influyen mutuamente estos mediadores?; en otros términos, cómo opera en el obrero la producción de códigos de su mediador vecindario para la lectura que hace de los códigos y de la experiencia que lleva en el mediador fábrica o en el mediador sindicato y viceversa?Cuál de estos prima en su forma de percibir, gustar e interpretar la información de los medios de comunicación masiva? Cuando el político o el columnista se preocupan porque determinado noticiero está manipulando la información en beneficio de tal o cual candidato, presuponiendo que esto incidirá en los resultados de la votación, el público popular no estará viendo ese noticiero como espectáculo o como programa cómico porque la información se la suministra el vecindario?

Este análisis nos lleva a dos conclusiones de gran importancia. Primera, que no se puede hablar de efectos de la comunicación, de la televisión, en los espectadores (sobre todo en los sectores que se suelen denominar "ignorantes o incultos", que son los que más les preocupa a los críticos de la televisión) sino que lo que hay que investigar son los efectos del capitalismo en los mediadores y, consecuentemente, en las culturas.

Segunda, que se abre un campo riquísimo de investigación en el seguimiento y caracterización de los mediadores y, en concreto, de los mediadores propios de las culturas populares.

Son dos campos de investigación que renovarían el tema de la comunicación. Dejaríamos de repetir indefinidamente que la TV es una productora de incultura, vulgaridad, consumismo e ideología, que la TV cosifica a la mujer, que genera violencia

en los niños y en los adultos poco maduros, que manipula la información y que oculta la realidad. Entonces la televisión es inofensiva? Veámoslo desde esta perspectiva.

LA CULTURA POPULAR Y LA TELEVISION

La televisión, como los otros medios modernos de comunicación, vive de su capacidad de llegar a públicos amplios. Tiende, por lo tanto, a producir objetos (programas) que hagan prender el televisor y permanecer atento al televidente. Para lograrlo necesita satisfacer lo que solemos denominar gusto masivo, o sea el universo de formas de vivir, seleccionar, organizar y codificar la realidad que poseen sectores amplios de la sociedad. A este conjunto Christian Metz(11) lo denomina "el imaginario" en cuanto que constituye la fuente de las interpretaciones, emociones y decisiones. Satisfacerlo es la condición para que la TV sea masiva y rentable. Pero el imaginario es siempre ambiguo en cuanto que no es un sistema armónico, coherente, sino cruzado por líneas de fuerza no convergentes. El imaginario popular, hoy, es el lugar de encuentro conflictivo de dos imaginarios: el que viene de la matriz cultural tradicional, a que me he referido hasta el momento, y el que viene de la cultura masiva. El primero es memoria de otra economía y de la lucha por subsistir ante la imposición de unidad que pretende la cultura culta; el segundo es presencia de la actual economía. De ahí la coexistencia en lo popular de códigos y formas de selección y organización que chocan entre sí. No puede ser de otra manera si se tiene en cuenta el conflicto que existe entre los mediadores materiales donde se desarrollan las prácticas y experiencias de los sectores populares.

En el análisis del episodio de "El Chinche", antes citado, se podía ver que el eje del conflicto estaba precisamente en la convivencia de los dos imaginarios: por una parte estaba el impulso a la fidelidad (en la amistad), por otra el impulso a la superación económica personal (ilusión del viaje a Estados Unidos a conseguir trabajo y dólares). Para que la televisión sea masiva requiere activar los elementos del imaginario popular tradicio-

(11) METZ Christian, "El significante imaginario", Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1979.

nal que subsisten. De ahí la presencia de sus códigos y mediadores expresivos (los prototipos, las convenciones, las exageraciones, la estructura dramática armada sobre valores primordiales, la prioridad de la acción sobre la definición psicológica de los personajes, etc.). Por consiguiente lo masivo es masivo desde el interior de lo popular, no desde fuera e imponiéndosele.

Pero simultáneamente lo masivo desactiva ese imaginario popular. En "El Chinche" hay varios elementos que pueden ser analizados como factores de desactivación: el personaje de Andrés Patricio (un burgués de apellidos venido a menos; o sea con apellidos pero sin plata) que se ha ido vinculando al grupo del vecindario. La estilización del lenguaje cotidiano. La aparición del éxito personal como conflicto. Estos son elementos que tienden a camuflar el origen cultural del relato, a borrar las diferencias sociales. Jesús Martín propone como formas de desactivación: 1) la homogenización que borra la diversidad de origen cultural de los relatos y de las formas escénicas, 2) la estilización o constitución de un discurso en el que pueden reconocerse todos, 3) el descontemporizar y destemporalizarlo todo, incluida la cotidianidad.

Aquí habría otro campo de investigación, porque se corre el peligro de buscar una pureza de lo popular. Por ejemplo, en "El Chinche" el grupo protagonista está conformado por personas provenientes de distintas regiones del país (Bogotá, Antioquia, Boyacá, Santander, Huila, Quindío), cosa que podría juzgarse como forma de lograr que todo el país se reconozca en el programa, o como forma de borrar las diferencias culturales; sin embargo esa es la constitución actual del vecindario, uno de los mediadores modernos de lo popular en las grandes ciudades.

En todo caso la desactivación no es resultado de una voluntad maquiavélica, conciente de lo que está haciendo, sino de la producción social actual de códigos de interpretación, selección y organización de la realidad.

CONCLUSIONES:

He querido exponer los que considero puntos centrales de la línea de pensamiento que trata de vincular la comunicación con la problemática de la cultura, con los aspectos todavía abiertos que tiene, porque, como decía al principio, esta perspectiva, relativiza la importancia y eficacia de las soluciones que se están proponiendo en el país para la televisión (Estatuto, normas, controles, calificación de proponentes, democratización), soluciones que parten de la concepción de la TV como productora de efectos en los valores y costumbres, que ven el mensaje como algo interno al programa y que conciben la cultura (nunca las culturas) como un universo estático, definible, al cual todos debemos aspirar.

Esto no significa invalidación absoluta de las luchas por espacios críticos, por la pluralidad de información, por un diseño orgánico de políticas de comunicación. Tienen sentido si se vinculan a otras luchas democráticas más amplias (sindicales, universitarias, por ejemplo), y si no se pierde de vista la producción que se da, a partir del "mensaje", por parte del espectador.

Por eso he querido señalar algunos de los campos de investigación sobre televisión que están prácticamente vírgenes en Colombia. Investigación para no seguir repitiendo indefinidamente los males que, solo aparentemente, provoca la TV. Investigación sobre los mediadores (características, naturaleza, conflictos sobre si mismos), sobre la incidencia del capitalismo en los mediadores y, consecuentemente, en las culturas; sobre los mecanismos expresivos de activación y desactivación de lo popular en la comunicación masiva. Investigación, finalmente, como lo proponen Eco y Greimas, realizada por los sectores populares para readoptar de sus propios códigos y mediadores, para conocer las gramáticas con que otros construyen los relatos e informaciones, y para apropiarse de la forma como ellos mismos los perciben e interpretan.