



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

***LAS DINÁMICAS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO: una revisión de sus
funciones y contenidos.***

OPCIÓN DE TITULACIÓN POR TESIS

***QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA***

PRESENTA:

RODRIGO EDUARDO OCAMPO MERLO

ASESOR:

DRA. MARIBEL NÚÑEZ CRUZ

MAYO DEL 2009.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mi familia y a Paola.
Gracias por estar ahí.*

*Creced y multiplicaos, dijimos, y las máquinas crecieron y se multiplicaron.
Nos habían prometido que trabajarían para nosotros.
Ahora nosotros trabajamos para ellas.
Multiplican el hambre las máquinas que inventamos para multiplicar la comida.
Nos matan las armas que inventamos para defendernos.
Nos paralizan los autos que inventamos para movernos.
Nos desencuentran las ciudades que inventamos para encontrarnos.
Los grandes medios, que inventamos para comunicarnos, no nos escuchan ni nos ven.
Somos máquinas de nuestras máquinas.
Ellas alegan inocencia.
Y tienen razón.*

EDUARDO GALEANO

El mundo no es humano por el simple hecho de estar hecho por humanos, y no se vuelve humano por el simple hecho de que la voz humana resuene en él, sino sólo cuando se ha convertido en objeto del discurso [...] Sólo humanizamos lo que está sucediendo en el mundo y en nosotros cuando hablamos de ello, y es al hablar que aprendemos a ser humanos.

EMMANUEL KANT

¿Para qué escribe uno, si no es para juntar sus pedazos? Desde que entramos en la escuela o la iglesia, la educación nos descuartiza: nos enseña a divorciar el alma del cuerpo y la razón del corazón. Sabios doctores de Ética y Moral han de ser los pescadores de la costa colombiana, que inventaron la palabra sentipensante para definir al lenguaje que dice la verdad.

EDUARDO GALEANO

AGRADECIMIENTOS

Quiero iniciar y aprovechar este apartado para agradecer a mis compañeros de seminario los consejos y críticas siempre oportunas hacia mi trabajo, por haber sido cómplices en su creación, por los buenos momentos, pero sobre todo, por su amistad: Rafa, Pilloni, Mónica, Eder y Atzin. De la misma manera ofrezco una disculpa a mis amig@s de siempre y de batalla por soportar mis charlas siempre redundantes y a veces aburridas sobre el tema, pero créanme, sirvieron en más de una ocasión para aclarar mis pensamientos siempre confusos.

La semillita de constancia y dedicación que puse en este trabajo y sin la cual no sé si hubiera podido finalizarlo, es sólo el fruto de mirar el ejemplo de mis padres en su lucha cotidiana. Gracias también a mis hermanos por soportar mis humores y apoyarme en lo que pudieron, pero sobre todo por haber tenido esas bolitas de cebo que son sus hij@s, una gran inspiración. Mención aparte es agradecer a quien siempre estuvo ahí, desde la aparición de las primeras inquietudes, desde la creación de los primeros borradores, a quien compartió junto conmigo mis muchas desesperaciones y frustraciones, pero sobre todo la inmensa alegría de haber cumplido una meta más en mi vida, gracias nuevamente Paola.

Y simplemente no tengo palabras para agradecer a mi asesora de tesis Maribel Núñez Cruz por la paciencia, por el tiempo, por los consejos, por la ayuda, por la dedicación, por sus comentarios siempre atinados y sobre todo, por haber sembrado en mí su pasión por la sociología y un buen ejemplo a seguir. Es un orgullo que en estas hojas aparezca su nombre antecedido con una palabrita que dice, *asesora*. Gracias siempre Maribel.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: RETROSPECTIVA HISTÓRICA.	
1.1. Los inicios.....	4
1.2. La nueva etapa televisiva: el surgimiento del duopolio.....	8
1.3. El duopolio y la alternancia en el poder.....	9
1.4. Las elecciones presidenciales del 2006 y el poder mediático: una breve revisión.....	15
CAPÍTULO 2: LA TELEVISIÓN EN LA ETAPA LÍQUIDA DE LA ERA MODERNA.	
2.1. La versión privatizada de la modernidad: el individuo desnudo.....	19
2.2. La televisión como estructura de reducción de complejidad.....	25
2.2.1. Los sistemas expertos y la moral única de la fórmula mexicana.....	30
2.3. El estilo de vida y el televisor.....	34
2.4. La ideología como fuente de certezas.....	37
2.5. La televisión como bastón de formas de vida tecnológicas.....	45
2.5.1. Formas de vida tecnológicas.....	45
2.5.2. La cultura tecnológica.....	50
CAPÍTULO 3: LAS NUEVAS FORMAS TELEVISIVAS.	
3.1. La flexibilidad programática.....	54
3.2. La opinión de pantalla.....	60
3.3. Los nuevos géneros televisivos.....	64
CAPÍTULO 4: EL SISTEMA TELEVISIVO.	
4.1. El código del sistema televisivo.....	74
4.2. El sistema televisivo despótico.....	77
4.3. La opinión pública en los sistemas clausurados.....	81
CAPÍTULO 5: GLOBALIZACIÓN Y TELEVISIÓN.	
5.1. La televisión en el contexto de la globalización cultural.....	89
5.2. Globalización y globalismo una discusión necesaria.....	94
5.3. Los contenidos de la televisión en México y la influencia programática norteamericana.....	101
5.4. La influencia norteamericana: una breve descripción.....	105
5.5. Unidad y fragmentación cultural: elementos de un mismo proceso.....	110
5.6. Althusser y los aparatos ideológicos del Estado.....	111
5.7. Algunas consideraciones críticas hacia la teoría althusseriana.....	115
CONCLUSIÓN	123
BIBLIOGRAFÍA	131

INTRODUCCIÓN

El mundo entró en una etapa sin duda distinta, la certidumbre que marcó el sendero de la primera etapa de la era moderna se comienza a diluir en el horizonte y dibuja tras de sí nuevos panoramas que invitan al individuo a asumirse, entenderse y construir su mundo de maneras distintas. Es dentro de este contexto que queremos analizar el papel que ha jugado el televisor como copartícipe en la construcción de la realidad social, adentrándonos en la relación que asumen sus estructuras materiales y simbólicas con el mundo de vida mexicano.

Nuestra postura frente al campo de problemas que se abren no pretende analizar de qué manera sería el mundo sin el televisor, ni sí sería mejor o peor, y menos aún entenderlo como el fenómeno mediático causante de todos los males. El interés de nuestro trabajo está enfocado a entender e interpretar la manera en qué es producida, cómo la hacemos nuestra y cómo interviene en la construcción de nuestro mundo de vida en una etapa histórica que se nos presenta con nuevos colores y matices y que el sociólogo Zygmunt Bauman ha definido como *modernidad líquida*.

La aparición del espectro televisivo ha revolucionado sin duda la manera de interpretar el papel y función de los medios de comunicación, pero sobre todo, ha modificado progresivamente la manera de entender a la cultura abriendo una infinidad de campos de discusión en torno a ello. La televisión no sólo ha de entenderse como un instrumento capaz de proporcionar información y entretenimiento, ya que desde sus inicios fue y representó mucho más que eso. Uno de sus primeros alcances fue su consolidación como un símbolo capaz de conferir distinción y status, convirtiéndose con el tiempo en uno de los inventos más “apreciados e indispensables” en la vida diaria de los individuos modernos. La llamada por muchos “caja mágica”, se ha insertado sigilosamente en el mundo de vida actual ayudando a formarlo y deformarlo, ha construirlo y deconstruirlo, adquiriendo así un poder que en muchas ocasiones resulta difícil evidenciar y controlar.

Es de este invento tan polémico del que se habla y dice mucho pero que se escribe y estudia poco, del que pretendemos dar cuenta, intentando descifrar a qué lógicas responden sus

formas, contenidos, interacciones y posiciones que ha asumido como institución a través de su historia- en México – de poco más de medio siglo.

Cabe señalar pues, que nuestro trabajo está enfocado a estudiar el contenido y formas de las dos grandes cadenas televisivas y privadas que existen hoy en México: Televisa y TV Azteca. Nuestra delimitación la hemos construido considerando que los espacios televisivos de estas televisoras son los que mayor influencia y presencia tienen en el espacio radioeléctrico a nivel nacional por el alcance técnico de los mismos, la instalación de sus sucursales en distintos estados, así como por el alcance de sus redes al sistema televisivo por cable y satelital. Es decir, la televisión privada ha dejado de ser una alternativa real cuando gran parte de sus contenidos y canales son sólo repetidoras de las televisoras antes expuestas, o bien, un espacio más para la transmisión de sus programas, y viceversa, la programación existente en la televisión privada es retomada y copiada por el duopolio televisivo y exhibida en sus pantallas, como ejemplo de ello se encuentran la infinidad de series norteamericanas presentadas en todos los canales de TV abierta y que han sido importados de las grandes cadenas que podemos encontrar en la televisión de carácter privado. Además como veremos en el primer capítulo, la presencia de cada una de las televisoras ha sido de vital importancia para entender el desarrollo histórico del México de hoy.

La intención de este estudio tiene como tarea comprender los contenidos y función de la televisión en México desde diversas perspectivas. En el capítulo primero daremos un seguimiento de los hechos más relevantes que han definido su andar y presencia como institución en nuestro país y la manera como se ha relacionado con el poder legalmente instituido. El capítulo dos intenta explicar la dinámica que ha asumido el televisor ubicado en el contexto de la fase líquida de la era moderna, buscando evidenciar la importancia que ha adquirido como objeto cultural en el mundo de vida de sus seguidores y no televidentes. Lo anterior nos permitirá arribar a la interpretación de sus nuevas maneras y formas de andar como industria, así como la nueva proyección de sus contenidos. Esta última cuestión la abordaremos en el tercer capítulo, donde pretendemos evidenciar que el accionar del televisor puede entenderse como una expresión más de la conciencia histórica

de una época caracterizada por su flexibilidad, una muestra de ello lo reflejan las nuevas dimensiones que ha tomado *la opinión de TV*, así como la adopción de nuevos géneros programáticos.

Estos primeros capítulos nos permiten abordar la importancia que ha asumido el televisor entendido como *estructura de reducción de complejidad* en el México actual, así como la revisión de sus nuevas expresiones nos hace posible deslizar nuestra mirada y abordar el objeto de estudio desde otra dimensión, la que sugiere entenderlo como un subsistema del sistema social, buscando con ello, complementar nuestro enfoque sobre la peculiaridad que asume este medio en lo que corresponde a su labor informativa y de entretenimiento. Consideramos que la perspectiva de una teoría de sistemas que abordamos en el capítulo cuarto nos permitió explicar a la televisión desde un ángulo que la evidencia como una esfera de poder capaz de imponer su ley y dinámica no sólo dentro de sus límites sistémicos, sino incluso capaz de extender sus redes y axiomas fuera de ellos.

Por último, en el capítulo quinto consideramos necesario señalar un aspecto del televisor que se vuelve ineludible considerar: el que se refiere a su condición global. Es decir, el fenómeno televisivo no debe ser interpretado fuera del contexto llamado globalización donde se desprenden para nuestro caso cuestiones tales como; los efectos globales del contenido televisivo, las recepciones y asimilaciones locales del contenido mundial de medios, los procesos de unificación y fragmentación cultural, la presencia desbordante de las cadenas televisivas americanas en la televisión nacional y global, así como las nuevas formas en que se desenvuelve, ejerce y desarrolla el poder en la era que Scott Lash definió como de la información.

CAPÍTULO 1

RETROSPECTIVA HISTÓRICA

Dentro de este capítulo se pretenderá hacer un breve esbozo histórico de la presencia de la industria televisiva en México, desde sus inicios hasta la época actual, analizando su desempeño como actor político en la escena nacional. La intención de este apartado tiene la tarea de señalar y resaltar algunos hechos que hemos considerado ilustrativos y representativos de su andar, usando como criterio de selección su presencia reiterativa en la bibliografía consultada.

1.1. LOS INICIOS.

La inauguración oficial de la televisión en nuestro país se da el 31 de agosto de 1950 con el informe anual del presidente Miguel Alemán Valdés, ritual republicano que daría paso a uno de los pactos más importantes en la historia del gobierno mexicano; el del gobierno priísta y el de la televisión emergente. Esta alianza sin duda fue un factor indispensable para que el partido de la Revolución Institucional haya podido dominar durante 50 años más, después de la aparición de este espectro electrónico consolidándose y dado forma así lo que fue denominado en este país como “la dictadura perfecta”¹.

¹ Aunque la etapa experimental de la televisión se considera de 1935 a 1950, período en el que se fueron cimentando las bases técnicas y materiales y de construcción de espacios que darían cobijo a los primeros canales del país. Fue precisamente a finales de los años cuarenta cuando el gobierno mexicano buscó a quien concesionar los canales de televisión, los empresarios que tuvieron la posibilidad de explotar el desarrollo comercial de ésta en México fueron: Rómulo O’Farril Silva, convencido de ver a este nuevo invento como una industria más, cosa que sólo sería posible si se importaba la tecnología norteamericana. A este empresario se le concedió el canal cuatro inaugurado el 27 de julio de 1950. Otro de los empresarios favorecidos fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, conocido en el ámbito de los negocios por ser el dueño de la radiodifusora más importante del país en ese momento –la XEW-. Empresario con una visión particular del negocio del espectáculo, se adjudicó el canal dos el 21 de marzo de 1951. Azcárraga llevaría su visión del negocio de los mass media hasta este nuevo canal. Y el último de los acreedores de la concesión del espectro radioelectrónico, poseedor de una visión empresarial combinada con la de inventor fue Guillermo González Camarena. A este empresario-inventor se le concesionaria el canal cinco comenzando transmisiones el 10 de mayo de 1952.

Estos tres proyectos aunque poseían una visión particular en cuanto ambiciones y prioridades del negocio televisivo, convergían en un punto, apostar por el desarrollo de esta industria como empresa mercantil del espectáculo, un terreno que en esos momentos se mostraba fértil y digno de ser explotado. Estos tres canales se fusionarían, dando paso el 25 de marzo de 1955 a una nueva y única empresa: telesistema mexicano.

Telesistema mexicano convertido más tarde en Televisa fue la primera figura institucional asumida por el televisor, elemento que se convertiría en una pieza más de la gran maquinaria que definiría el rumbo del país. Sin embargo, el nacimiento de esta nueva industria y su forma tuvieron que ser discutidas y planeadas antes de su lanzamiento y otorgamiento de concesiones.

El desempeño del televisor tuvo como horizonte la elección de dos caminos, por un lado, la televisión mexicana tuvo como ejemplo el sendero trazado por la televisión británica -BBC, cuya administración se sustentaba en el control del monopolio estatal y cuyo objetivo era esencialmente la creación de programas que solidificaran el discurso y proyecto impulsado por el Estado -nacional inglés, quedando un tanto distante de un proyecto con un contenido más comercial. En segunda instancia se estudió la posibilidad de seguir un modelo de competencia comercial teniendo como fiel ejemplo a las televisoras norteamericanas CBS y NBC.² Teniendo estas dos referencias la televisión mexicana emergió de una manera sin duda especial, ya que logró conjugar perfectamente estas dos posturas; su carácter mercantil fue su carta de presentación y la que mayor peso ejercería en su desarrollo, sin embargo el telesistema mexicano nunca hubiera podido consolidarse sin la estrechez de un pacto entre industriales y el Estado. Esta última figura se encargaría de fortalecer a la industria privada naciente a través de un proteccionismo que posibilitaría el nacimiento del monopolio televisivo que más tarde se convertiría en Televisa, formándose así una relación de fidelidad recíproca. A este nuevo pacto Guillermo Orozco lo definiría como la emergencia de “una televisión privada-gubernista priísta.”

El mismo autor plantea acertadamente otros de los posibles motivos y complementos de esta consolidación televisiva tenía que ver con la intromisión de figuras con poder político en las arcas administrativas del espectro radio electrónico:

Empresa que en 1973 se convertiría en el gran emporio llamado Televisa. *Información extraída de Guillermo Orozco, Historias de la televisión en América Latina, GEDISA, Barcelona, 2002 p. 203-239.*

² Los responsables de hacer el estudio y análisis de los perfiles televisivos recomendables para la televisión mexicana serían: el poeta Salvador Novo y el ingeniero Guillermo González Camarena. Estos dos iniciarían su visita de observación en octubre de 1947.

“... la ambición personal del presidente Miguel Alemán, que luego de haber concluido su mandato presidencial se involucró financieramente en la televisión mexicana como uno de sus principales accionistas, fue lo que en definitiva lo empujó a tomar la decisión de una televisión privada, para lo cual aprovechó todo el poder que le confería la constitución como presidente y todas las alianzas que su particular trayectoria política y empresarial le premitían. Así abonó la tierra antes de sembrar su tajada accionaria en el futuro telesistema mexicano...”³

Sin duda el carácter privado de la televisión poseyó una alianza férrea con los gobiernos pristas del siglo XX, los cuales tuvieron una gran visión política al ver que “... no era conveniente políticamente patrocinar de manera directa una televisión estatal o de partido y ejercer abiertamente una censura contra ella sino que resultaba más elegante y cómodo encomendarla a ciertos personajes de la cúpula empresarial, sabiendo que con ello *se aseguraba el desempeño adecuado de la televisión según los objetivos y criterios gubernamentales*”.⁴

Fue este pacto el que se mantendría constante desde los inicios de la televisión en México con la aparición del telesistema mexicano y posteriormente en 1973 con Televisa. El evento más representativo de la estrechez entre televisora y gobierno tuvo lugar el 19 de enero de 1960 con la creación de la Ley Federal de Televisión, la cual permitió el aumento en la concentración del otorgamiento de concesiones y permisos.

Sin embargo, cabe señalar que la solidez de la llamada *fórmula mexicana* (PRI-Televisa) sufriría a través de su historia algunas leves fisuras que resultaron significativas, provocando rupturas y descontentos que permitirían y garantizarían un mayor impulso a la creación de un nuevo canal que inició transmisiones poco tiempo después de la matanza del 2 de octubre de 1968 con el informe anual del presidente en turno Gustavo Díaz Ordaz. El canal 13 fue creado con la intención de que a través de sus contenidos se reprodujera un discurso que regresara al gobierno un poco de su legitimidad perdida en el transcurso de su mandato. Este canal vería su suerte en un buen número de manos priistas, todas sin éxito.

³ G. Orozco, op. Cit., p. 210

⁴ Ídem, P. 211. .las cursivas son nuestras.

La nueva propuesta televisiva desafortunadamente no representaría mayor peligro para un telesistema mexicano que cobraba fuerza.

Como señala Orozco, en sus orígenes el canal 13 (para ser precisos en el sexenio de López Portillo) mantuvo una confrontación evidente de posturas o enfoques con Televisa respecto a noticias internacionales. Según este autor, esta última apoyaba a toda acción contrarrevolucionaria de los gobiernos latinoamericanos, mientras que el canal estatal mantenía una postura un poco más abierta hacia los movimientos revolucionarios en la región. Asperezas que siempre buscaron ser limadas con el otorgamiento de permisos y concesiones a la empresa de los Azcárraga.

Los desacuerdos empero, no significaron la emergencia de un proyecto alternativo de televisión, el apoyo dado a este canal por parte del gobierno era la respuesta a una necesidad política que permitiría encontrar un respaldo y contrapeso mediático ante una posible ruptura con el telesistema mexicano. Lo anterior se hizo evidente con Luis Echeverría al poder, como señala Villamil; “Echeverría, presidente omnipresente en casi todas las áreas del país, también tenía clara la necesidad política de contar con un control pleno de la pantalla. Sus desavenencias con la empresa de los Azcárraga lo alertaron para tener una televisión afín a sus ambiciones y pretensiones presidenciales.”⁵

A pesar del apoyo dado al canal trece por parte del gobierno mexicano nunca logró consolidarse y significar una competencia real para la naciente Televisa. Villamil considera que el fracaso de la televisión pública se debió en gran medida a: “la ausencia de un marco jurídico propio que reforzara justamente su carácter público y no sólo gobernista, y la falta de visión y planeación que se acentuaría hasta grados inimaginables en el sexenio de José López Portillo”.⁶

Con Miguel de la Madrid como presidente vendría la iniciativa de institucionalizar los medios públicos, entre ellos estaba – por supuesto- el televisivo; dando forma así a

⁵ Villamil Jenaro, *La televisión que nos gobierna: modelo y estructura desde sus orígenes*, Grijalbo, México, 2005, p.36.

⁶ ídem, p. 37.

IMEVISIÓN. A pesar de ciertos altibajos del canal 13 y un reposicionamiento en su cobertura y niveles de audiencia, la institución naciente vería la misma suerte que los otros canales televisivos públicos, sucumbiría ante el gigante Televisa en un contexto donde el llamado estatismo daría paso progresivamente a un nuevo orden económico, político y cultural llamado neoliberalismo. Provocando que la industria televisiva comenzara a ser entendida ya no sólo como un instrumento político, sino como una industria con una potencialidad de desarrollo económico importante, como veremos a continuación.

1.2. LA NUEVA ETAPA TELEVISIVA: EL SURGIMIENTO DEL DUOPOLIO.

A poco más de una década de dar sus primeros pasos a nivel mundial, el proyecto neoliberal comenzaría a dejar huella en México y en el ámbito mediático se traduciría como; la liberación de las manos del Estado del espacio radio electrónico. En 1993 con Carlos Salinas como presidente del gobierno mexicano, el poder relativo que había ganado el canal 13 se ve capitalizado por la inversión privada. La concesión del espacio radioelectrónico nacional sería otorgada al empresario Ricardo Salinas Pliego. El surgimiento de esta nueva cadena televisiva no implicaría una propuesta alternativa de televisión y como se mencionó anteriormente, vendría a ser más de lo mismo.

Carlos Salinas como uno de los principales impulsores de las políticas neoliberales en México, apostaría por creer que los medios de comunicación se autorregularían de la misma manera que se sugiere que el alza del precio del pan equilibra la oferta y la demanda de éste. La liberalización del espectro no significó en nada, un manejo responsable y plural del medio, simplemente se tradujo en mayor concentración del espectro radioeléctrico y un libertinaje informativo. El conocido augurio de los dictados de la escuela de Chicago (recinto sagrado de la escuela neoliberal), que suponen que la privatización y liberalización forzosamente conducen a una mayor calidad, productividad y eficiencia de los servicios, se convirtió para el caso de la televisión en México en lo que Sartori expondría al citar a Graber: "... los medios de comunicación rivalizan en conformismo. De hecho ocho de cada diez noticias son las mismas, en todas las cadenas [...] los supuestos competidores juegan

sobre seguro: en lugar de diferenciarse se superponen.”⁷ La diferenciación de propuestas sería una ilusión que se desvanecería en poco tiempo ante los ojos del telespectador mexicano.

Este panorama significaría para Televisa por primera vez, toparse de frente con un complejo mediático capaz de disputar la atención del público que mantuvo cautivo durante medio siglo, su nombre: Televisión Azteca. La consolidación paulatina de esta nueva empresa también de carácter privado daría paso a la existencia del duopolio televisivo; Azteca-Televisa. Esta situación reconfiguraría la relación conocida y reconocida por muchos especialistas como *la fórmula mexicana* que protagonizarían Televisa y el partido en el poder por más de 70 años; el Partido de la Revolución Institucional.

Ambas empresas ahora volcadas sobre un perfil mercantilista, guiado por la búsqueda febril del rating y con el fin único y supremo de generar ganancias, han asumido un poder que se muestra difícil enfrentar y equilibrar, o mejor dicho, se ha vuelto un fenómeno con tal poder que los encargados de guiar al país tienen temor de enfrentar por no ver afectados sus intereses y negocios que para ellos significa el ser representantes populares. La fuerza que han adquirido los gigantes televisivos les ha dado por momentos espacios de relativa autonomía frente al poder legalmente instituido, sin embargo, sus cimientos aún no han dejado de ser dependientes del cobijo estatal. Como lo señala Orozco, la fortaleza de esta industria deviene de entre muchas otras cosas por ser favorecida, abalada y legitimada jurídicamente por el estado mexicano al considerar a la televisión “como empresa de interés público no como una empresa de servicio público, como en muchos otros países”.⁸ Esta nueva relación entre la industria privada televisiva y el Estado nacional ha propiciado una constante negociación entre las partes que se ha traducido en un permanente intercambio de favores que lejos de quebrar los puentes, los ha unido más.

1.3. EL DUOPOLIO Y LA ALTERNANCIA EN EL PODER.

⁷ Sartori Giovanni, *Homo Videns: la sociedad teledirigida*, Taurus, México, 2000, p. 141.

⁸ G. Orozco, op. Cit., p. 213

La sustitución de un gobierno priísta con más de 70 años en el poder y el arribo del Partido Acción Nacional en el año 2000, ha cambiado en muy poco la relación entre el gobierno y el poder televisivo, las muestras de fidelidad y cercanía se mantienen constantes entre dos esferas que flexibilizan su autonomía. Con la consolidación de la naciente TV AZTECA y la reafirmación del poder adquirido por Televisa, el gobierno panista se daría la tarea de no descuidar esta relación tan fructífera para su antecesor.

Una de las manifestaciones de compromiso entre el gobierno de Vicente Fox y Televisa se ratificó el 8 de marzo del año 2006, cuando en el canal 2 se transmitió un *spot* publicitario que buscaba atraer rating a la empresa Televisa con motivo del mundial de fútbol que se celebraría a mediados de año en Alemania. En dicho spot aparece la primera dama –Marta Sahagún- diciendo: “PONTE LA VERDE CON TELEVISA DEPORTES”. El *spot* pretendía invitar al teleauditorio a vestir la casaca que portaría la selección mexicana en la justa mundialista, que traducido de otra manera, significaba la abierta invitación por parte de lo que fue una de las principales voceras del gobierno federal a seguir las transmisiones deportivas por los canales de Televisa. El problema real que aquí se muestra no es lo vergonzoso que resulta que la esposa del presidente se preste a realizar este tipo de *spots*, sino que descarada y abiertamente tome partido para publicitar a un particular que a lo largo del sexenio foxista hizo más que ratificar y apoyar los proyectos de la pareja presidencial en especial los de la primera dama, entre los cuales destacan: la tan cuestionada fundación “Vamos México”, así como el proyecto llamado “Guía de padres para la educación de los hijos”.

Sin embargo, los pactos que ahora se reconfiguraban en una relación tripartita PAN-Televisa-TV Azteca no se limitaron a manifestaciones públicas de apoyo por una u otra televisora, pudieron materializarse otros de mayor peso y trascendencia. Una de tantas muestras de unión entre estas partes se deja ver claramente en las concesiones que se le han dado al duopolio con los llamados telejuegos, de 694 autorizaciones que otorgó la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) en el año 2004 y mediados del 2005: 352 son para Televisa y 154 para TV Azteca. Permisos que les pueden llegar a significar hasta 12.5 millones de pesos por cada episodio, mientras el ingreso para el Estado

le significa sólo 746 pesos por cada autorización (valor fijado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público). El éxito de los concursos llamados telejuegos se da entre otras cosas, gracias a que el gobierno omite aplicar una ley que exige que estos juegos estén regulados por el Reglamento de Juegos y Sorteos, ya que en estos programas interviene también el factor azar, situación que implicaría un mayor pago de impuestos para las televisoras. Como comparativo, en el año 2004 el erario obtuvo alrededor de 200 millones de pesos por los sorteos y juegos realizados en el país, mientras que por parte de los telejuegos obtuvo la rijosa cantidad de 517 mil 724 pesos, producto de la autorización de casi 700 concursos, cantidad ridícula si la comparamos con las ganancias que las televisoras obtienen de éstos.⁹

Las expresiones de reciprocidad no se detienen aquí, las manifestaciones de poder por parte del duopolio han llegado a significar la creación de trabas para la apertura de una nueva cadena de televisión abierta, así como el uso de la violencia para apropiarse de una señal.

Héctor Huerta y Raúl Ochoa señalan que:

“Según testimonios recogidos por **Proceso**, los ejecutivos de Televisa, reforzados en el mismo viaje por Jorge Mendoza, en representación de TV Azteca, convencieron al presidente y a su entonces vocera de que se mantuviera intacto el duopolio de la televisión mexicana. El argumento decisivo fue que una tercera cadena intentaría ganar mercado con noticiarios más críticos, lo que forzaría a los otros a hacer lo mismo. Ante el riesgo, se optó por mantener, e incluso acrecentar, los privilegios del duopolio.”¹⁰

La batalla por el surgimiento de una nueva cadena de televisión abierta se ha acentuado a finales del 2006 cuando la multinacional General Electric junto con el empresario nacional Isaac Saba han manifestado su interés por concursar por una licitación que permita su inserción en el mercado televisivo, esto es, como posible competidora de TV Azteca y Televisa. Ante tal peligro, el duopilo ha cerrado filas y ha concentrado sus fuerzas para impedir que esto ocurra, ¿su estrategia?.....nada fuera de lo común, decir verdades a medias

⁹ La Jornada, *Telejuegos, otro filón de oro en beneficio de Televisa y TV Azteca*, lunes 29 de agosto del 2005. Política, Pág. 3

¹⁰ Hector Huerta y Raúl Rocha, *Proceso, ... y se puso la de televisa*, 12 de marzo de 2006, Pág. 13.

a través de sus noticiarios desprestigiando y señalando los manejos turbios de las empresas y personajes que buscan la concesión. La factura por el apoyo televisivo al actual presidente panista Felipe Calderón Hinojosa se cobró sin mayor problema; la concesión que permitiría la existencia de una tercera cadena televisiva fue negada.

Lo que es importante, es que la llamada fórmula mexicana tiene ahora la capacidad de adquirir diversas formas, diluyéndose y volviéndose a consolidar, pactando con una empresa u otra llámese, Televisa o TV Azteca (o uniéndose estas dos como lo vimos anteriormente). Uno de los mayores privilegios de los que ha gozado TV AZTECA aparte del evidente aumento de concesiones y permisos, es el tener la capacidad de pasar por encima de la ley usurpando concesiones sin que nadie diga ni haga nada. Su primer atraco fue realizado en diciembre del año 2003 al entonces canal 40, hecho que tuvo lugar cuando un grupo de encapuchados asaltó a mano armada las instalaciones que permiten emitir la transmisión de dicho canal ubicadas en el cerro del Chiquihuite, interrumpiendo en primera instancia la transmisión, y en segundo plano, adueñándose y explotando una concesión y señal que no les fue otorgada. La clara falta de interés en regular a la televisión se pronunció cuando al presidente Fox se le cuestionó que acciones iba a tomar en el caso 40 y lo único que pudo contestar fue su frase celebre “Y YO POR QUÉ”. Evidenciando su negativa a confrontar a un poder mediático con el que mantuvo ciertos convenios destinados a favorecer a ambas partes.

El segundo atraco está consumándose hasta la fecha, siendo explotada una concesión de la cual TV Azteca no es dueña. Después de casi un año de huelga por parte de los trabajadores de canal cuarenta por adeudo de pagos, en noviembre del año pasado Hernán Cabalceta concesionario y examigo del actual dueño de la concesión de la Televisora del Valle de México, S.A. de C.V. Javier Moreno Valle, es designado como administrador del canal 40, y a través de una negociación con el sindicato puede levantarse la huelga.

Cabe señalar el papel determinante que jugó TV Azteca dentro de esta negociación:

“Cabalceta fue designado administrador único de la concesionaria, exactamente el mismo cargo de su examigo Moreno Valle. Lo invistió con ese carácter una asamblea irregular, pues en rigor estricto sólo su parte el capital estuvo presente. TV

Azteca tiene en prenda acciones por el 51% ese capital pero es un acreedor, no un miembro de la sociedad anónima. Eso no obstante, quien sabe a través de qué artes, no por las del derecho, consiguió que un juez civil avalara tal asamblea. Ostentándose como administrador, Cabalceta negoció en noviembre con el sindicato cetemista de radio y televisión la terminación de una huelga que puso fin en mayo pasado a las transmisiones del 40. Utilizó para ello recursos aportados por TV Azteca, que les dio forma de anticipo a futuros aumentos de capital.”¹¹

Es por lo anterior y por el reclamo de una deuda entre Moreno Valle y TV Azteca, que esta última, ha creído que tiene el derecho de explotar una concesión que no le pertenece ya que:

“La ley prohíbe la compra venta de las concesiones. En todo caso es la SCT quien tiene que autorizar el cambio de manos de una emisora. **TV Azteca no es concesionaria legal y por tanto no puede operarla sin el acuerdo del concesionario, en este caso, Moreno Valle.** Este acuerdo tendría que ser aprobado por la SCT. De otro modo lo que procede es la revocación del título de concesión y su otorgamiento a otra persona.”¹²

Esta medida junto con algunas otras han propiciado la existencia de una relación sólida entre las televisoras y el poder federal, que sin embargo tiende a cimbrarse cuando una de las partes ven afectados sus intereses, tal es el caso que se suscitó recientemente con la llamada reforma electoral. Medida impulsada por las cámaras de senadores y diputados cuando vieron derrumbar la legitimidad de las instituciones que dan sustento y forma a la figura del estado nacional mexicano, con los hechos suscitados durante y después de las elecciones presidenciales del 2006 donde se evidenció una vez más la perversa e íntima relación entre dinero, partidos políticos y medios de comunicación. Una breve descripción de lo ocurrido en estos hechos Jenaro Villamil la comenta así:

¹¹ Miguel Ángel Granados Chapa, Proceso, *Canal 40: exhibir la ilegalidad*, 12 de marzo de 2006, pag. 68.

¹² Florence Toussaint, Proceso, *Ilegalidades de concesionarios*, 12 de marzo, pág. 88. Las negritas son nuestras.

“México, D.F., 28 de agosto (apro).- ocho de cada diez pesos gastados en la campaña electoral del 2006 se destinaron a la propaganda, y de éstos, siete pesos fueron a parar a Televisa y TV AZTECA.

El entonces presidente Vicente Fox invirtió mil 700 millones de pesos para publicitar al PAN, en franca violación a la imparcialidad y equidad del proceso.

Así mismo, se invirtieron más de 4000 millones de pesos en *spots* de ‘guerra sucia’ pagados irregularmente por terceros que nunca fueron sancionados; se contrató a consultores estadounidenses como Dick Morris o el español Antonio Solá – en franca violación a la ley mexicana- para impulsar una campaña de odio.

Incluso, Televisa impuso durante este proceso precios exorbitantes para las campañas y presionó en el Congreso para que los partidos le aprobaran una ley a modo que le garantizara privilegios monopólicos. Todos los partidos despilfarraron el dinero público en las campañas más caras y polémicas en la historia reciente.

[...]Los actores pretenden arrancar la ‘tercera generación’ de reformas electorales – como las ha bautizado Jorge Alcocer, responsable de sistematizar las propuestas en el Senado-- con algunas ‘aspirinas’ que no van al fondo del verdadero problema de nuestra legislación en la materia: el secuestro perverso de la voluntad popular y de la política en manos del negocio del rating.

[...]Sí se han planteado nuevos topes y un sistema mixto que utilice los tiempos oficiales en tiempos de campaña, pero la parte medular del despilfarro sigue intacta: la enorme discrecionalidad que existe entre las empresas televisivas y las dirigencias partidistas, precandidatos, candidatos y autoridades para transformar las elecciones en un talk show caro, malo y sin reglas.”¹³

La aprobación a la reforma de la ley electoral, fue un paso importante de regulación y freno al poder mediático, y para algunos el inicio de la construcción de una nueva relación entre medios de comunicación, partidos políticos y candidatos, sin embargo, no podemos ignorar que la unión y estrechez de estas figuras está sustentada en la búsqueda de la defensa del gran capital y no precisamente de la voluntad general, por tanto, la verdadera posibilidad de cambio implicaría una reforma integral a la ley de medios, así como una reorientación de un

¹³ Jenaro Villamil, “Aspirinas” como reforma electoral , en análisis, www.proceso.com.mx.

proyecto nacional enfocado a atacar de raíz las condiciones de desigualdad, despojo, explotación y racismo subyacentes hoy en día en todo el país, cosa que parece lejana.

Por el momento nuestros alcances se limitan a exponer y evidenciar el poder que ha adquirido la televisión como sujeto político capaz de interceder en las decisiones el país, una muestra de ello son las elecciones presidenciales que el país vivió en el año del 2006. Fenómeno que no podría entenderse al margen del papel que desempeñó el espectro radioeléctrico, como veremos a continuación.

1.4. LAS ELECCIONES DEL 2006 Y EL PODER MEDIÁTICO: UNA BREVE REVISIÓN.

Como lo señalamos en el apartado anterior, México en el 2006 vivió uno de los procesos electorales más controversiales y competidos de su historia, proceso que estuvo lleno de irregularidades y de formas de hacer política del más bajo nivel. Comenzando por el presidente de la república (Vicente Fox), quien realizó un sin fin de pronunciamientos a favor del candidato de su partido Felipe Calderón (FCH), y a su vez mantuvo una incesante campaña de desprestigio hacia el opositor con más peso electoral Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Tal vez el segundo periodo de su gobierno se caracterice más por la batalla que sostuvo con el que en ese entonces fuera jefe de gobierno del D.F. (AMLO) y por su empeño en evitar que éste llegara a las elecciones presidenciales del 2006, que por sus acciones de gobierno. Su obsesión se materializó cuando por fin el Tribunal Federal Electoral declara presidente electo a FCH.

La manera de conducirse por parte del ejecutivo federal, así como la parcialidad que asumió el IFE durante el proceso electoral, el fallo del Tribunal Electoral y por supuesto la intromisión facciosa de los medios electrónicos fueron elementos clave que permitieron y posibilitaron el triunfo del candidato presidencial de Acción Nacional. Esta manera de violentar el cauce de un proceso electoral que exigía desenvolverse dentro de una esfera realmente democrática propiciaron una crisis social profunda y que ha manifestado como síntoma un creciente surgimiento de movimientos sociales que son sólo el reflejo y la

expresión de condiciones de explotación despojo y racismo históricas a las que se ha visto sometido la mayoría del pueblo mexicano.

La tarea de este apartado es sólo evidenciar la corresponsabilidad de posturas que asumieron las partes citadas- estructura televisiva y estatal-, su manera de legitimar un proceso y su similitud al interpretarlo. Para realizar este ejercicio de comprensión nos apoyaremos en un estudio elaborado por el Grupo de Medios de la Universidad de Glasgow (GMUG), que aborda la problemática de la parcialidad en las noticias televisivas.

Para el GMUG el estudio realizado a noticias industriales en Gran Bretaña y que comprende las primeras dos semanas de 1975, refleja que la información que es brindada por los noticieros es parcial al menos en tres aspectos:

“ Primero, los medios son parciales por su errónea representación de la realidad social [...] En segundo lugar las noticias se pueden caracterizar como parciales porque reafirman o no cuestionan las relaciones económicas centrales bajo el capitalismo[y] una tercera forma de parcialidad que consiste en excluir las voces obreras de los medios de comunicación masiva.”¹⁴

El primer tema al que hace referencia la cita arriba expuesta y que desarrolla el Grupo de Medios no pretende insinuar que las noticias televisivas no reflejen la realidad, sino que algunas representaciones del mundo de las relaciones industriales son más fidedignas que otras. En el estudio realizado por el GMUG se pudo apreciar que las problemáticas laborales que resultaban noticiables, eran aquellas que afectaban a industrias que se consideraban simbólicas para el rendimiento económico de Gran Bretaña, todas las demás quedaban fuera del marco noticioso. Aquí podemos hacer una analogía con el seguimiento (y linchamiento) mediático que se le dio al plantón convocado por AMLO, dicha acción política dificultaba el acceso a la bolsa de valores ubicada en la ciudad de México, así como a algunas oficinas de negocios importantes, es decir, se afectaba a algunas instituciones símbolo del poder económico en México. Sin embargo esta información no contemplaba la importancia de esta medida como espacio de liberación y desfogue del descontento del sector de la población

¹⁴ Stevenson Nick, *Culturas Mediáticas: teoría social y comunicación masiva*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1998, p., 54-56.

que asumía que la elección les había sido robada, tampoco se destacan las novedosas y creativas formas de protestar, criticar y cuestionar el proceso electoral que surgieron durante ese momento, o bien, la importancia de los debates, diálogos y discusiones que se abrieron al interior de este movimiento enfocados a evidenciar la grave situación que vive una gran parte de la población no sólo local sino mundial.

La segunda cuestión que desarrolla este Grupo tiene que ver con la llamada omisión televisiva, que bien puede ser traducida en autocensura y expresa la negación mediática a través de la no enunciación de la existencia de relaciones de producción basadas en la explotación y que son posibles bajo el imperio de un sistema capitalista. Esto se entiende mejor cuando dentro del sistema televisivo cualquier manifestación de desacuerdo o inconformidad social como son las huelgas o marchas, nunca están justificados y siempre son culpa y responsabilidad de los obreros o de aquella figura que represente un peligro de desestabilización del *statu quo* que cuestione la conducción y organización institucional y que sobretodo señale la existencia de relaciones desiguales como producto del constructo social. El discurso de los conductores y encargados de la política oficial se compagina y mezcla perfectamente con el mediático envolviéndose en una bandera que se coloca por encima de cualquier criterio moral y de justicia, superponiéndose a un orden sostenido por una violencia institucional permanente. La constante televisiva durante el periodo electoral señalado fue su culto a la figura presidencial y el desdén a todo tipo de razonamiento que cuestionara la legitimidad de las reglas operantes.

El tercer y último punto es el que presenta la exclusión en la pantalla de una pluralidad de voces que den cuenta de la complejidad de un fenómeno. La magia de la televisión permite y posibilita *la existencia*: la vida sólo se reproduce cuando puede ser televisada, su complejidad se reduce a una imagen y es hablada por una sola voz, el mundo que no puede ser transmitido es ignorado, no tiene razón de ser y la pantalla se vuelve demasiado pequeña para darle cabida a su presencia. El GMUG considera que una de las razones principales que explican la cerrazón ideológica que se manifiesta en la interpretación unidimensional de los conflictos, es que la cultura ocupacional está dominada por personas provenientes de la clase media. Sin embargo, Nick Stevenson hace una crítica a esta

interpretación- la cual comparto-. Lo que resulta determinante en la producción de noticieros es el arraigo institucional de la empresa con el *status quo*, la apertura a una gama más amplia de voces implicaría en enfrentamiento abierto con las instituciones que dan legitimidad al Estado y por lo tanto consigo misma. La intromisión laboral de conductores o periodistas de distintas clases sociales difícilmente haría del espectro televisivo un espacio más plural y democrático.¹⁵

Dentro de los estudios mediáticos y en especial el caso de la televisión no es nuevo señalar la determinación de este espectro al campo económico, sin embargo nunca es redundante evidenciarlo, refutando el discurso que genera mostrándose y auto nombrándose como garante y defensora de la consolidación de la democracia en México. Una muestra de ello fue que durante el proceso electoral el uso democrático y responsable de los medios como espacio para la expresión y el debate público y abierto fue sólo una ilusión. El pacto que solidificó a la fórmula mexicana se ratifica una vez más y nos dibuja en el horizonte el levantamiento de una muralla difícil de derrumbar, pretendiendo encerrar tras sus paredes lo que hemos denominado “el monopolio de la verdad”.

La relación de la televisión con el Estado ha tenido cierta modificación y con esto no pretendo decir que el vínculo entre las partes se haya destruido porque sería negar una realidad que se manifiesta y se hace evidente en cada paso de su andar. Tampoco quiero decir que estas dos figuras formen parte de poderes distintos, es decir, que la televisión sea un cuarto, quinto o sexto poder; es simplemente parte del poder. La cajita mágica como dice Villamil no genera una nueva cultura del poder sino potencia y reproduce los rasgos de la cultura dominante. Las variaciones de esta relación devienen de su enunciación e inmersión en un contexto global en donde la televisión hoy más que nunca debe llevar inscrito el apellido de transnacional y su condición sugiere nuevas interpretaciones como la que proponemos en el apartado siguiente. La televisión entendida como una estructura de reducción de complejidad inmersa en la discusión de la que Zygmunt Bauman definiera como modernidad líquida.

¹⁵ Para abundar más sobre el tema consultar: *Stevenson Nick*, 1998, p., 53-66.

CAPÍTULO 2

LA TELEVISIÓN EN LA ETAPA LÍQUIDA DE LA ERA MODERNA

A pesar de que la televisión ha mantenido a través de su historia al menos en México una estrecha relación con la élite en el poder llámese empresario o gobierno, ha respondido de manera directa e indirecta a los cambios que ha impulsado la nueva etapa global de la era moderna. El televisor sin embargo no debe ser entendido solamente como un apéndice más del Estado mexicano, su complejidad nos permite abrir una esfera de discusión y diálogo que entiende a este fenómeno como un ancla para el televidente en una etapa histórica caracterizada por el desarraigo y la incertidumbre, y en donde los individuos que le dan forma tienen bajo su responsabilidad la elaboración de su propio andar. En este capítulo trataremos de dar cuenta de qué manera en la etapa líquida de la era moderna se ha debilitado la visión de conjunto que confería una sensación de orden y continuidad a los individuos abriendo una brecha que da origen a nuevas experiencias de interacción y en el caso de nuestro trabajo, una nueva relación entre el espectador y el televisor.

2.1. LA VERSIÓN PRIVATIZADA DE LA MODERNIDAD: EL INDIVIDUO DESNUDO.

El sociólogo Zygmunt Barman considera que la profanación de lo sagrado fue el rasgo que caracterizó el surgimiento de la era moderna, significó la licuefacción de los sólidos que envolvían la coraza del antiguo régimen, fijándose la superación y el olvido de los residuos y sedimentos de lo pasado en el presente. Los sólidos premodernos en un estado de descomposición en su etapa final abrieron paso al deseo modernizador de barrer los escombros de la tradición con miras de crear un nuevo sólido sujeto a la razón, capaz de brindar la suficiente certidumbre a nuestro andar y de hacer al mundo un lugar totalmente predecible y confiable.

La tarea de la naciente y transgresora etapa moderna buscó eliminar todo aquello que escapara del camino del cálculo racional y el control de sus efectos. Las relaciones sociales

estructuradas en el episodio histórico anterior se desnudaron y bailaron ahora al compás de la racionalidad inspirada en los modelos del comercio. La llamada racionalidad instrumental colonizó las bases de la vida social, y la disolución del sólido del *Ancien Regimen* quedó a la sombra del inicio de la construcción de un nuevo orden que como lo señala Bauman en su libro *Modernidad Líquida*, “fue definido en términos económicos” y el cual “debía ser más sólido que los ordenes que reemplazaba”. La nueva empresa social debía asumir entonces, la particularidad de resistir a cualquier acción que no estuviera inscrita en los márgenes del razonamiento económico. El orden sustentado en la esfera económica dominó la totalidad de los espacios del mundo de vida, “volviendo irrelevante e inefectivo todo aspecto de la vida que no contribuyera a su incesante y continua reproducción.”

La rigidez que asumía la nueva forma social engarzaba e interrelacionaba a cada subsistema a sus necesidades con la mínima y casi nula posibilidad de escapar, continuando con Bauman, la rigidez de este orden era la condición necesaria para la objetivación de la libertad de los agentes humanos. Sin embargo esta maquinaria societal ha ido fragmentándose poco a poco, dando pie al surgimiento de una nueva experiencia y forma de experimentar el mundo para los individuos que algunos han nombrado; segunda fase de la modernidad, modernidad tardía, hipermodernidad, posmodernidad y que en este estudio entenderemos siguiendo al sociólogo antes citado como: *modernidad líquida*.

Esta nueva época bien puede entenderse bajo la metáfora del resquebrajamiento del continente propuesta por Jesús Ibáñez:

“El universo de Newton (que cae del lado de la naturaleza) y los continentes de Althusser (que caen del lado de la historia)- el continente de la historia descubierto por Marx, el continente del inconsciente descubierto por Freud, y el del signo descubierto por Saussure- se han fragmentado en colecciones de islas. Nuestro futuro ya no forma conjunto: no hay frontera que mantenga juntas nuestras partes. Antes la cara de Dios en lo global lejano y la cara de Franco en lo local cercano funcionaban, al encararnos con ellos, como fronteras.

El conjunto se ha desmultiplicado en colección. Así, en vez de la (*macro*) *revolución*, una colección de (*micro*) *revoluciones* [nuestra tarea ahora es] trazar puentes entre las islas, conectar lo desconectado [...] Franquear el umbral roto de la palabra.”¹⁶

La modernidad líquida como la interpreta Bauman, es la etapa que ha derretido a las fuerzas que habían sido encomendadas en su primera fase a mantener el tema del orden y la reproducción del sistema enmarcadas dentro de las agendas y proyectos políticos, que ha dejado a un lado su obsesión de no dejar nada al azar procurando entrelazar hasta el más mínimo detalle en un mega proyecto orquestado por la colectividad y asumiendo como guía a la razón que tenía como fin último, común y supremo el arribo a la felicidad sustentada en el orden y armonía con el todo social. El hueco del “gran proyecto” ha cedido su lugar al arribo de una nueva etapa moderna, con nuevos significados y caracterizada por la ausencia de un *telos* bien definido que ha dejando a cada miembro del complejo social la tarea y responsabilidad de la construcción de sus propios fines, permitiendo que se asuman en el mundo, en su mundo, de una manera distinta a como se entendieron en la llamada modernidad sólida. Bauman entiende el proceso de disolución de la siguiente manera:

“...la disolución de los sólidos, el rasgo permanente de la modernidad, ha adquirido por lo tanto un nuevo significado, y sobre todo ha sido redirigida hacia un nuevo blanco: uno de los efectos más importantes de ese cambio de dirección ha sido la disolución de las fuerzas que podrían mantener el tema del orden y del sistema dentro de la agenda política. Los sólidos que han sido sometidos a la disolución, y que se están derritiendo en este momento, el momento de la modernidad fluida, son los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y las acciones colectivos-las estructuras de comunicación y de acciones políticas colectivas-.”¹⁷

La modernidad líquida, bien podemos entenderla como la etapa que ha trascendido a la modernidad sólida obsesionada con el control de lo contingente, lo aleatorio, lo caótico, que

¹⁶ Jesús Ibáñez, *Por una sociología de la vida cotidiana*, Siglo XXI, p., 134-135.

¹⁷ Zygmunt Bauman, *Modernidad Líquida*, FCE, Argentina, 2003, p. 13

pretendía ser dueña de un fin predeterminado capaz de englobar al total de las voluntades y a todo aquello que pudiera escapar del dominio de la racionalización de la mano el hombre. En la primera etapa moderna el arte de la política cobra perfecto sentido, convertir a las necesidades privadas en asuntos públicos y los asuntos de fuero común en derechos y obligaciones individuales, sin embargo en la etapa fluida de la época moderna es precisamente esta disrupción lo que se presenta, el peso, carga y coerción que ostentaban instituciones capaces de circunscribir marcos de acción y elección posibles a los individuos se ha modificado o mejor dicho se ha desparramado para salpicar otras esferas. Ahora los puntos de referencia del individuo, han perdido su solidez, son móviles, efímeros y como los líquidos incapaces de asumir una figura uniforme durante mucho tiempo.

La balanza se ha invertido en la también conocida como la primera fase de la modernidad donde lo importante era encontrar los medios adecuados para arribar a la consecución de un fin claro y conciso, incluso común aunque éste no lo hubiéramos elegido con nuestro total consentimiento, como señala Bauman. El día de hoy lo que se abre son un mundo de fines teóricamente posibles y nuestra tarea es evaluar cual de ellos es el más cercano o prioritario de acuerdo a los medios a la mano: “las vidas humanas transcurrirían atormentadas ante la tarea de elegir los fines, en vez de estar preocupadas por encontrar los medios para conseguir fines que no requieren reflexión”.¹⁸

El augurio y el análisis del modelo trisistémico parsoniano ha dejado de dar cuenta de la realidad social que se nos muestra. Como sabemos para Parsons son tres los sistemas que dan forma a la sociedad; el sistema personal, el sistema social y el sistema cultural. El sistema personal da cuenta de la singularidad de las personas misma que se ha construido a través de la interacción entre los actores – o agentes-; el sistema social alude a la interacción constante entre diversas personalidades, interacción de la cual surge el problema de la distribución de bienes. En esta instancia se hace presente lo que hasta hace poco era totalmente acertado decir, el sistema social era o debía ser el que brindaría las instituciones capaces de enfrentar la escasez, los problemas de la distribución, así como brindar organización, en otras palabras, debía ser aquel que trabajaría por el bien común de

¹⁸ Z. Bauman, op. Cit., p.67

las diversas personalidades a las que daba cobijo. Y por último, el sistema cultural; encargado de informar de las interacciones específicas a través de amplios patrones de sentido y valor, además de proporcionar las pautas de acción y elección correctas y deseables para el todo social. La institucionalización perfecta para Parsons vendría si y sólo si estos tres sistemas entrarán en armonía uno con otro generando un equilibrio, esto es, el sistema social brindaría los roles que debería seguir el sistema personal; el sistema cultural espera que esos roles puedan cubrir las expectativas de acuerdo a las pautas y valores que generaliza; y el sistema personal se engazaría con ambos si su singularidad acepta y es coherente con los roles asignados.

La propuesta parsoniana por tanto es una de tantas que entra al proceso de *licuefacción*, se ve diluida cuando entendemos que la responsabilidad de la consecución de los fines recae ahora – en palabras del autor-, solo en los hombros del sistema personal, quedando así lejos muy lejos de cualquier cobijo de los otros dos sistemas; de la misma manera el sistema social ha dejado de proporcionar los nichos en donde podría insertarse el sistema personal y que le permitirían desarrollar plenamente su rol con las herramientas de la libertad vencedora de los lastres de la etapa premoderna. La tarea del sistema personal debía solamente seguir fielmente las reglas y modalidades de conducta correctas y adecuadas a su ubicación en el complejo social, y por último; el sistema cultural se ha encontrado con el reconocimiento de los límites del saber, la ausencia de fundamentos absolutos que relativizan al conocimiento en sí, y han impreso hoy en la conciencia del individuo posmoderno una sensación de desarraigo hacia los fines últimos y colectivos dejando al *ser* en un estado de incertidumbre permanente en las cuestiones que abren la interrogante sobre el sentido de la existencia diría Gleizer.

Citando a Marcela Gleizer, las características de la cultura contemporánea han llevado:

“...a la institucionalización del pluralismo de valores, que a su vez ha conducido a que los fines últimos se transformen en patrimonio personal de cada uno. La religión se ha replegado a ser un acontecimiento de la vida privada. En el sistema cultural ya no existe una ‘promesa de solución’ que valga para todos y las soluciones posibles

no confieren al sistema un solo significado, no prescriben un credo generalizado que permita asignar un único lugar a cada individuo.”¹⁹

La máxima de Parsons sobre la complementariedad de expectativas: “tus deseos serán mis expectativas y mis expectativas serán tus deseos”, puede ser traducida en la época actual como: “tus deseos serán un obstáculo para la realización de mis expectativas y la consecución de éstas es asunto privado”.

La situación actual ha dado al individuo la tarea de brindarse mediante sus propios recursos la satisfacción de sus deseos, volviendo al fracaso el factor paralizante por excelencia. La sociedad del riesgo no permite el lujo de caer y no ser lo suficiente hábil para mantenerse de pie en las arenas movedizas de la modernidad actual, si se tropieza, nada nos garantizará que el instructivo para andar será el mismo que seguimos en la primera caída, o que al menos permanezca vigente. La carga de construcción identitaria así como la construcción del proyecto de vida han recaído en el individuo como bien apunta Ulrich Beck, se busca con nuestro modo de vida “soluciones biográficas a contradicciones sistémicas”, o según Bauman, “la nuestra es una **versión privatizada de la modernidad**, en la que el peso de la construcción de pautas y la responsabilidad del fracaso caen primordialmente sobre los hombros del individuo”.²⁰

Los individuos se encuentran así ante una experiencia vivencial distinta a la anterior, es el colapso de la esperanza de un *telos* ausente de contingencias que nos hicieran pasar ratos amargos, es la disolución de la esperanza colectiva de creer que somos capaces de controlar el futuro como un futuro común. Esta nueva forma de entendernos en el mundo sugiere procesos de desregulación y la privatización de tareas y responsabilidades, lo que significa que las labores de la razón humana orquestadas por un proyecto colectivo han sido cedidas a las capacidades y posibilidades individuales. En la modernidad líquida, el ser humano va siendo progresivamente despojado de su ropaje institucional quedando desnudo y confinado al uso de sus propias herramientas.

¹⁹ Marcela Gleizer Salzman, *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*, Juan Pablos, México, 1997, p., 26-27.

²⁰ Zygmunt Bauman, op. cit., p., 13, las negritas son nuestras, pretendiendo señalar que el título de este apartado ha sido inspirado en las ideas de este autor.

Como reflexión final, creemos necesario señalar que el concepto de modernidad líquida expuesto hasta aquí nos servirá como referente a lo largo de este trabajo, considerando que entender a la televisión fuera de este contexto sería un grave error de interpretación debido a la relevancia y dinámica que ha impreso al mundo de vida del individuo moderno. La metáfora de Bauman no sólo nos servirá para ubicar al televisor dentro del panorama que nos pinta el cuadro moderno, esta investigación hace uso de ella para entender al espectro electrónico como un elemento tecnológico que ha marcado su andar también por dos frentes que permiten interpretarla a partir de su solidez y ligereza. Lo que queremos decir con esto es que la televisión dentro de su estadio sólido respondió de manera automática en sus contenidos y estructuras a la linealidad y exigencias de una narración impulsada por un discurso esperanzado en el pronto arribo a la era moderna, capaz de resolver por medio de la colectividad los rezagos sociales que nos conducirían a la felicidad terrenal. Sin embargo las ráfagas de viento han comenzado a desvanecer este sólido, ahora la televisión ha tenido que responder a las nuevas exigencias tecnológicas y culturales y el ambiente que comienza a generarse a su alrededor lleva en sí la disolución de los proyectos colectivos que parecen ya no estar en concordancia firme con los individuales. El televisor por tanto, comienza a generar nuevas formas de entender y entenderse con su auditorio, con sus no televidentes, con sus acompañantes esporádicos y con sus más fervientes seguidores, además de redimensionar la importancia de su presencia cuando dentro de este estudio la entendemos como una Estructura de Reducción de Complejidad inserta como veremos en el siguiente apartado.

2.2. LA TELEVISIÓN COMO ESTRUCTURA DE REDUCCIÓN DE COMPLEJIDAD.

El individuo desnudo que emerge en la versión privatizada de la era moderna ha sido abandonado a sus propias capacidades y posibilidades para proporcionarse la consecución de un proyecto de vida entre un horizonte abierto y teóricamente amplio de posibilidades para la elección de la acción y la experiencia. La manera de hacer frente a un mundo que carece de fundamentos totalizantes y relativiza el conocimiento en sí, busca ser resuelta con

el uso de estructuras de reducción de complejidad, herramientas capaces de disminuir aunque sea temporalmente la visión de caos e incertidumbre en el individuo.

La estructura de reducción de complejidad es una categoría de análisis retomada de Marcela Gleizer que la considera una herramienta clave para comprender la realidad de las sociedades contemporáneas y la cual cumple las siguientes tareas:

“ a) estructurar campos de certeza que hacen tolerables los altos niveles de complejidad, permitiendo seleccionar un curso de acción entre la multiplicidad de opciones teóricamente posibles; b) circunscribir un horizonte en el cual dotar de sentido a la selección, volviendo el curso de acción significativo para quienes lo llevan a cabo; c) brindar elementos para realizar la tarea de la construcción de la propia identidad.”²¹

La categoría que nos ha servido para nombrar a este apartado, se vuelve una herramienta indispensable en el marco de lo que Gleizer entiende como sociedades occidentales contemporáneas. Este contexto reconoce también, la existencia de experiencias vivenciales distintas en la época actual ya que el horizonte que dotaba de sentido a nuestra selección y construcción identitaria ha dejado de presentarse ante nosotros como un dato, como algo dado por la misma estructura del complejo social, experimentando ahora la coacción de nuestra selección entre un mundo aparente de opciones posibles.

Las sociedades complejas como lo ha descrito Gleizer apoyándose en la teoría de sistemas de Niklas Luhmann, considera que poseen ese adjetivo cuando el conjunto de posibilidades para la acción y la elección que se le presentan al individuo exceden su capacidad de realizarlas. La complejidad deviene cuando la tradición y las normas institucionales dejan de ser directrices confiables, únicas e incuestionables, dejando como consecuencia que las prácticas sociales se resuelvan a través de la reflexión y reformulación constante. La teoría de sistemas entiende que la diferenciación entre éstos ha ido en aumento en la etapa actual de la era moderna- entendida anteriormente como líquida- . El sistema social y el sistema de interacción en el ámbito de las relaciones sociales como señala Gleizer, han adquirido cierta

²¹ Marcela Gleizer, op. Cit., p.,54.

autonomía desde el momento en que la interacción deja de ser condición absoluta de la reproducción social, enajenando esta última la capacidad de abrir de diversas maneras sus posibilidades de realización. Esto es, la capacidad de enfrentar los problemas sociales o la construcción de un proyecto común con intervención de la interacción conjunta atravesada por una imbricación sistémica, se vuelve remota en un contexto social tendiente a buscar el sustento de su desarrollo en relaciones sociales abstractas y despersonalizadas como lo es la ley de la oferta y la demanda, diluyéndose así la legitimidad del gran relato que sostenía al mítico pacto del contrato social.

La subjetividad ha dejado de ser determinada por el orden objetivo – o si se quiere llamar institucional y tradicional- y ha pasado a ser más que nunca una responsabilidad individual “...con la muerte de Dios y del César, el espacio social abre el camino para una definición autónoma de la identidad.”²²

Las estructuras de reducción de complejidad (ERC) se vuelven entonces una necesidad cuando sobre el individuo ha recaído cierta autonomía que le faculta de la capacidad de elegir por sí mismo la búsqueda que de sentido a su experiencia y le permita su construcción identitaria, enfrentándolo al mismo tiempo a la constante sensación de riesgo e incertidumbre que vive al no saber si los medios que ha elegido para la consecución de sus fines son los más adecuados ó mejor dicho, al no saber si estos últimos son los convenientes. La solidez diluida entre el mundo objetivo y subjetivo se ha movido y trasladado a otras esferas capaces de dar al conjunto una visión de orden, uno de los recipientes que dan cabida a este liquido es la televisión entendida ahora como estructura de reducción de complejidad- ERC-.

La televisión dentro del contexto de la modernidad líquida entendida como ERC, asume una forma paradójica; es líquida, se exige así misma serlo, su forma está dispuesta a cambiar constantemente aunque su contenido mantendrá la misma esencia –H2O-. Su estado ligero le evita asumir una forma que la arraigue y comprometa directamente con su auditorio de una manera que supere o esté por fuera del tiempo dictado por la

²² Marcela Gleizer, op. Cit., P. 17

programación. Así como el mundo que pretendía conectar los proyectos colectivos con los individuales se ha debilitado progresivamente, la relación de la televisión con el mundo de vida se encuentra en rumbos distintos- y habría que preguntarse si alguna vez compartieron uno sólo-. El mundo de vida al que pertenece su auditorio se desarrolla incierto y sin aparente rumbo fijo o mejor dicho el camino que sigue es el encuentro del sin rumbo. La televisión en cambio, encuentra un cauce perfectamente trazado que le permite no desbordarse y está marcado por la lógica del mercado. Los encargados de cuidar que no se interrumpa el fluir de la dinámica televisiva con la construcción de alguna pequeña o gran presa, son los mismos que han dejado en las botas del individuo la tarea de andar y afrontar la adversidad por su propia cuenta.

La ambivalencia de una estructura de reducción de complejidad como la televisión, invita a su tele auditorio a guiarse por el sendero que ha seguido, sin barreras ni obstáculos y que ha legitimado al apoderarse del discurso en boga llamado “neoliberal”. La diferencia entre el televisor y el espectador radica en que a estos últimos la certidumbre se les presenta con una etiqueta que como dice Bauman lleva inscrita una leyenda de “hasta nuevo aviso”. Los vientos de la incertidumbre en la llamada sociedad del riesgo han dejado al individuo a la deriva en un mar con tormentas continuas, mientras que la certidumbre del televisor al menos en México es resguardada por paredes institucionales de acero que arropan sigilosamente su poder.

Este espectro electrónico al que hemos hecho referencia se vendrá a posicionar dentro del mapa de la geografía social como una estructura de reducción de complejidad capaz de desplazar los campos de certeza que ofrecía la tradición, ocupando el lugar de las instituciones que se consideraron primarias para la consolidación del entramado social, como la de la familia. El televisor de esta manera se vuelve fuente de nuevos campos de certeza reduciendo la complejidad de un exceso de estímulos, ordenando y estabilizando la experiencia por medio de orientaciones sobre qué hacer y qué no hacer.

A lo largo de este capítulo hemos enfatizado la importancia del derrumbe del gran relato. Los metarrelatos se han diluido, o mejor dicho la “narración” ha dado pie a las

“narraciones”. El proyecto de sociedad en busca de justicia e igualdad de los ciudadanos ha dejado de tener validez cuando en la modernidad líquida lo exterior, o bien, los trascendentales han pasado a ser interiores y de responsabilidad individual, recayendo sobre el individuo la tarea de encontrar el proyecto, “su proyecto”, ante un aparente inmenso catálogo de posibles que se muestran frente a él.

Las soluciones biográficas del individuo para la resolución de su proyecto de vida y construcción identitaria encuentran en la *pantalla* posibles marcos para la acción, con posibilidad de dotar de sentido a su experiencia. Por poner un ejemplo, los programas conocidos como de revista, llámense; *Hoy, Con sello de mujer, Nuestra casa*, etc., reemplazan, modifican y complementan a la certeza del dato ofertado por la tradición a través de lo que Giddens llamara sistemas expertos.

Los sistemas expertos presentados en breves segmentos ofrecen un mar de consejos del cómo se debe vivir, o bien, de cómo se debe vivir mejor de acuerdo a ciertas recetas que el telespectador debe seguir para proporcionarse la estabilidad que no le pueden brindar más, las instituciones que se diluyen ante sus ojos. Consejos que en su interior llevan inscrito el mensaje de que la no consecución del resultado ofertado es mera y única responsabilidad de quien lo lleva a la práctica, en otras palabras, el fracaso es causa de la falta de voluntad y capacidad de la persona que lleva a cabo el rito. Estos sistemas expertos brindan guías para la realización de rituales que entre otras cosas nos indican cómo debemos asumirnos como hombres y mujeres, como indígenas y occidentales, como nacos y no, como heterosexuales y homosexuales, etc., y el cumplimiento correcto de los pasos enunciados nos permitirán ser dignos portadores de la frase “*soy una persona de bien*”, “*no le debo nada a nadie*” “*lo hice por mi mismo y a nadie tengo que rendirle cuentas*”.

Los sistemas expertos de TV nos guían también en el uso de determinadas prendas, modos de hablar, de maquillarse, el colocar los muebles del hogar de una determinada manera para atraer dinero, buena suerte, amor, etc., se vuelven un mar de recetas desechables, contradictorias en sí y entre sí, opciones que exigen al televidente un espacio para la reflexión de su elección sostenida en la sensación de duda que genera el no tener la certeza

de que la opción a elegir es la correcta, o al menos efectiva y duradera. Esta nueva sensación de *sentirse libre de elegir*, de *sentirse libre de convertirse en alguien*, como señala Bauman, suscita un problema. Deja una sensación de incompletud, “convertirse” no significa que todo está terminado, sino que todo está por delante:

“...el ser alguien que esa conversión promete augura el silbato final del árbitro: ‘no eres más libre cuando has alcanzado tu propósito, no eres tu mismo cuando te has convertido en alguien’. El estado de incompletud e indeterminación implica riesgo y ansiedad, pero su opuesto tampoco produce placer, ya que cierra todo aquello que la libertad exige que permanezca abierto.”²³

El estado de conciencia de saber que la completud siempre es futura y de que los logros obtenidos se desvanecen como el líquido de entre nuestras manos, implica entender a nuestro proyecto de construcción identitaria como una obra inconclusa y en constante remodelación. La placentera noción de saber que aún nos quedan muchas cosas por probar y de que el juego no ha terminado se combina con la desdicha de tener presente de que nada de lo que ha sido experimentado y se está por degustar es inmune a la decadencia y lleva inscrita como dice Bauman: “la fecha de caducidad”. La pantalla entonces se vuelve el espacio que reduce y amplía la complejidad que se presenta a los individuos en las sociedades contemporáneas, donde los marcos para la elección han dejado de ser un dato y son problematizados constantemente.

2.2.1. LOS SISTEMAS EXPERTOS Y LA MORAL ÚNICA DE LA FÓRMULA MEXICANA.

Los sistemas expertos han sugerido la existencia de mensajes diversos, sin embargo, en la televisión mexicana han tenido la particularidad de enfrentarse y yuxtaponerse con un sistema de creencias y valores inscritos y promulgados por la religión católica, cuya exposición a través de la pantalla ha tenido un trato preferencial. Es decir, el contenido de los sistemas expertos que se muestran en TV se alejan y compiten a la par con la gran línea y receta máxima de la moral única que guió a la televisión mexicana por décadas, el guión

²³ Zygmunt Bauman, op. cit., p. 68.

dictado por el pensamiento católico más conservador y oficialista. Como señala Villamil, la fórmula mexicana

“...estructuró un discurso acorde con un nacionalismo conservador y tradicionalista: ser el medio de la ‘familia mexicana’ y de los valores tradicionales del criollismo mexicano basados en la religión católica, la ausencia de cualquier visión pluralista y la idea básica de una sociedad jerarquizada, competitiva, ‘de gente bien’, blanca y con una identificación plena frente al *status quo*.”²⁴

En la etapa sólida de la televisión hubiera sido impensable proporcionar consejos de cómo vivir que no estuvieran avalados por el discurso y pensamiento católico y oficialista. Hoy el contenido de novelas, programas de revista, los nuevos géneros televisivos- talk shows y reality shows-, han estructurado su discurso y contenido a través de un todo se vale mientras pueda venderse, o bien, traducirse en rating.

La moral única y la subordinación política fueron dos ejes centrales en el desarrollo televisivo en México. La moral única en la etapa líquida del contenido televisivo puede ser relajada en cualquier momento y sustituida a conveniencia, y la subordinación política entendida como la autoafirmación del tigre Azcárraga como soldado del PRI, se transforma en una incipiente libertad de expresión y una constante negociación entre la clase política, los empresarios y el poder televisivo. La fidelidad demostrada antaño se diluye de un momento a otro y se solidifica en las manos del mejor postor, o bien, de aquel que ostentando cierto nivel de poder político y económico no atente contra los intereses del consolidado dúopolio llamado Azteca-Televisa.

Es importante señalar que a pesar de la comunión de la pluralidad de mensajes, diversos, desconexos y contradictorios entre sí, el pensamiento más conservador de la religión católica aún conserva un nicho privilegiado, y el televisor está lejos de convertirse en un espacio democrático que acoja a las diversidad de formas de entender el mundo. Al hablar todos de todo no significa necesariamente diálogo y apertura al abordaje de temas diversos,

²⁴ Jenaro Villamil, *La televisión que nos gobierna: modelo y estructura desde sus orígenes*, Grijalbo, México, 2005, p. 128.

el cruce de voces en la pantalla sólo se vuelve ruido que ocupa por breves segundos un instante en la pantalla y después del corte comercial se olvida fácilmente, a nadie le interesa crear un debate serio o por mucho tiempo sobre un mismo tema, “se vuelve aburrido” y no genera *rating*.

La presencia del discurso conservador se puede apreciar con claridad cuando la mayoría de los presentadores en TV no pierden oportunidad para mostrar su “ferviente fe” religiosa, así como tener de invitados a representantes de la iglesia católica para que aporten la opinión determinante y última en temas que ponen en cuestión los principios de ésta, tales como; uso del condón, aborto, eutanasia, la ley de nuevas sociedades de convivencia, entre otros. Aunado a esto, cuando el duopolio pretende fomentar los “buenos valores” por medio de su programación lo hace arraigando y abrazando fuertemente a la moral única que le caracterizó en su etapa sólida, cuestión que no necesariamente es el reflejo de la expresión de las creencias sinceras de los hacedores de TV, esta ferviente muestra de fe apegada a las “buenas costumbres” del pensamiento católico tiene que ver con el hecho de que la mayor parte del pueblo mexicano profesa dicha religión y son por tanto su principal nicho de mercado. La democracia televisiva se reduce a la democracia del *zapping* que como veremos más adelante, tiene poco de democrático.

Autores como Villamil consideran que la moral única, la cultura de la sumisión política y la mercantilización fueron rasgos de la primera etapa televisiva. Sin embargo consideramos que esta última es una constante en el contenido televisivo y el mismo autor la define así:

“La principal herramienta ideológica para promover los valores de la competencia, del libre mercado, de la eficiencia empresarial, fue la televisión mexicana... se trató de promover una mercantilización superficial, cuya expresión más clara es el consumismo aspiracional, que explotó los complejos étnicos y sociales del mexicano.”²⁵

Lo expuesto hasta aquí nos invita a reconocer las transformaciones ocurridas en el ámbito de la organización social como manifestaciones que expresan una ruptura no total pero si significativa entre el mundo objetivo y subjetivo, así como las dificultades que la nueva

²⁵ Ídem. 130

situación representa en el terreno de la subjetividad individual cuando la identidad ha dejado de convertirse en un dato para convertirse en un problema que debe ser resuelto por uno mismo. Es decir, el contexto ha dejado de proveer los moldes en los que se debía inscribir la identidad de acuerdo a sus características y ubicación de clase dentro de la estructura social, ocupando al individuo de la interminable tarea de forjar con sus propios medios, su construcción identitaria.

Ante el abanico de aparentes elecciones posibles que rebasan la capacidad del individuo para la realización de sus acciones, las estructuras de reducción de complejidad se vuelven alternativas que reducen los niveles de angustia circunscribiendo marcos de acción dotándolos de significado y confiriéndoles sentido. El televisor como ERC abre un conjunto de eventos posibles que se mantienen en el horizonte y abrigan su posibilidad de selección, sin embargo, la ERC electrónica consideramos que se fragmenta y funda dentro de sí lo que anteriormente llamamos sistemas expertos cuya interrelación no necesariamente se vincula posibilitando la apertura de nuevos caminos para la elección y realización de la experiencia de los individuos. Como señala Gleizer:

“Al seleccionar se cumple con un conjunto definido de relaciones, pero toda selección conlleva la apertura del campo relacional y funda nuevas posibilidades de selección. La complejidad reducida no significa, por tanto, complejidad excluida, sino complejidad elevada, lo que deja abierto el acceso a otras posibilidades[...]La complejidad estructurada define entonces al entramado específico de relaciones que ha sido seleccionado contingentemente, por medio de patrones de selección.”²⁶

Nuestra selección llevará implícito el reconocer que hemos dejado de lado otro número de opciones posibles, siempre existe como dice la autora anteriormente citada, la “... posibilidad de que las cosas puedan ser de otro modo”, situación que es denominada y entendida por Luhmann como “*contingencia*”. Esta imposibilidad de no reconocer el nivel de certeza de nuestra elección y la sensación de la posibilidad de fallo nos ha colocado ante la incertidumbre y el riesgo constante al fracaso. Sin embargo no tenemos opción, la coacción de nuestra selección se ha vuelto un imperativo en la etapa líquida de la vida

²⁶ Marcela Gleizer, op. Cit., p.19.

moderna, y en la estructura de reducción de complejidad llamada televisor podemos encontrar el refugio de nuestra seguridad cuando asumimos que nuestra elección es compartida por gran número de televidentes y además es avalada por la voz que se ha vuelto autoridad, la voz del espectro electrónico aquí expuesto.

2.3. EL ESTILO DE VIDA Y EL TELEVISOR.

Hablar sobre la televisión ha representado al poco tiempo de su aparición muchas inquietudes, entre ellas la que la ubica como un instrumento tecnológico capaz de ejercer formas de control y sometimiento a través de un poder simbólico que se materializa por medio de procesos ideológicos. Sin perder de vista la importancia de esta interpretación del fenómeno, en este estudio hemos considerado que la dimensión de su análisis puede verse y complementarse desde otros ángulos.

Como lo vimos en el apartado anterior, la complejidad que encierra el mundo de vida en la época considerada por algunos posmoderna es reducida y tolerada por los individuos a través del uso herramientas que son capaces de estructurarla, y en donde ubicamos al televisor como una de ellas. Es necesario señalar que al referirnos a la TV como ERC, estamos comprendiendo en este apartado su afectación al ámbito del estilo de vida, el cual se convierte en una exigencia que debe ser resuelta a través de la construcción autónoma de cada individuo y que además permite expresar nuestras preferencias dando significado a nuestra propia vida.

Podemos entender al estilo de vida según argumenta Gleizer, como un conjunto de prácticas que tienen cierta coherencia o integración y que son realizadas por el individuo para satisfacer necesidades utilitarias como es el vestir, comer, divertirse, etc.; pero sobre todo porque son capaces de darles forma a una narrativa particular de nuestra identidad personal, confiriéndole un grado de sentido a la propia explicación de nuestra existencia. La palabra *estilo* es

“...‘una manera a través de la cual los valores, estructuras y supuestos humanos en una sociedad determinada son expresados y recibidos estéticamente’. El estilo trabaja con las maneras en que las personas entienden y se relacionan con el mundo que les rodea; en este sentido, el estilo de vida puede considerarse como *la expresión estética de una forma de ser*, con capacidad de manifestar algo acerca de la esfera íntima de los individuos, que éstos buscan expresar aun en las trivialidades propias de la vida cotidiana.”²⁷

El estilo de vida además de manifestarse estéticamente, ofrece a los individuos la capacidad de hablar de sí mismos, expresa un modo particular de vivir, de convivir, de asumirse en y con su mundo, comunica la materialización de una elección y preferencia. Pero sobre todo se vuelve una herramienta que permite construir nuestra identidad, posibilitando el reconocimiento y comunicación con el otro, así como una sensación de autenticidad. A diferencia de la que Bauman definiera como primera etapa de la modernidad donde la tradición y la religión legitimadas por los marcos institucionales de los Estados-nacionales estructuraban campos de certeza para la elección de los individuos de una manera más rígida, el contexto actual en que nos desenvolvemos ha exigido plantearnos y darnos respuesta día a día a las interrogantes tan “básicas” del cómo se debe vivir, vestir, comer, pensar, querer, etc. Nos hemos encontrado con una situación en la que a estos cuestionamientos no se les exige brindar una respuesta última, dejando nuevamente la certeza de nuestra elección débil y sujeta al riesgo y contingencia constante.

La suspensión de los cuestionamientos existenciales que implicaría el dar respuesta a diario a las preguntas anteriormente citadas es de alguna manera sorteado por la estructura de reducción de complejidad llamada estilo de vida, quien nos proporcionará puntos de referencia para la toma de decisiones en nuestro andar cotidiano, además de permitir que las trivialidades que enfrentamos a cada instante se queden como tales logrando con esto que no se amenace “ el sentido de coherencia y estabilidad de la existencia al convertirse en cuestiones que exijan replantear continuamente los fundamentos de la propia vida.”²⁸ Sin embargo, la coerción de la selección del individuo se hace presente nuevamente cuando

²⁷ Ídem, p. 87.

²⁸ Ídem.p.89.

tiene que elegir entre un rango de posibles estilos de vida que le marcarán otros marcos posibles de acción.

Cabe mencionar, que no se pretende exponer aquí, que los estilos de vida que se abren frente a los ojos del individuo estén exentos de influencias estandarizadas, o que estén igualmente accesibles para todos ya que consideramos que los estilos de vida están totalmente engarzados con una estructura de vida social, política y económica y que además es de dimensiones globales.

La desaparición de los moldes que inscribían al individuo a la adopción de un estilo de vida, incluso sin su consentimiento y que armonizaban sus requerimientos en el terreno estético, comunicativo, existencial e identitario, ha exigido que la adopción de nuevos *estilos* se vuelva *flexible* y se adopten una diversidad de elementos culturales y criterios valorativos que deben estar en constante negociación y revisión, dejando al individuo la tarea de la reconstrucción, valoración y percepción de sus propias experiencias, adoptando la construcción autónoma del estilo de vida significados diferentes para cada individuo.

Lo que nos parece importante señalar en este apartado es, qué pasa cuando el televisor se vuelve una vitrina de estilos de vida que abre un abanico posible de elecciones que no necesariamente asumen coherencia y continuidad entre sí. En la pantalla televisiva hoy puede ser *bien visto* y aplaudido el hecho de que una mujer pueda desempeñar cualquier trabajo independizándose económicamente del hombre, y mañana se juzga al hombre por no ser caballeroso y abrirle la puerta del coche a una dama; se nos puede mostrar que cualquier oficio por humilde que sea es digno de respeto y admiración y a pesar de ello, se ridiculiza y estigmatiza a la persona que lo desempeña, por ser pobre, sucio, *naco*, moreno, de mal cuerpo y que a pesar de esto *tiene el descaro* de intentar asumir conductas que no están a su altura económica y cultural; los *jóvenes de TV*, son capaces de mezclar en la *expresión* y dimensión *estética* de sus preferencias, símbolos que en algún momento y en ciertas instancias pudieron y pueden ser considerados como parte de la contracultura y a la vez, vestir marcas de última moda, conducir coches de lujo, acudir a los antros de moda, entre otras cosas. Sin embargo, el estilo de vida preferido por esta instancia es el que sirve como *ejemplo de vida*, el que demuestra que para lograr algo no se necesita de nadie y que uno es

capaz de sortear los obstáculos que se presenten por cuenta propia, claro, si se es lo suficientemente hábil. El *no poder* asumir un estilo de vida altamente valorado y premiado en el espectro electrónico, tal vez por ser expuesto como la única opción de ser verdaderamente feliz, y que se entiende como la posibilidad de vivir la experiencia constante de viajar, comprar coches, ropa, casas, joyas, etc., en sí, tener la capacidad de ser ligero y desplazarse de un lugar a otro sin arraigar ningún compromiso, con nada y con nadie, se traduce en incapacidad, conformismo y torpeza del individuo por no *querer llegar a ser alguien*. En otras palabras podemos decir que *la pobreza y el fracaso se vuelven en TV, cuestión de voluntad*.

La estructura del estilo de vida articulada por un instante en la pantalla incorporan al lenguaje social, códigos y formas de actuar, y su mérito radica en trazar las directrices que son “las correctas” y viables no importando que tan contradictorias o accesibles sean. Aquí todo es permitido, el individuo navega entre las inmensas aguas de los códigos sistémicos, sin embargo, todo elemento que ose escapar del control de sus redes se vuelve imperdonable, disfuncional, se convierte en aberración, se ridiculiza y su acción se considera utópica, fuera de la realidad, inalcanzable, se le etiqueta como una desviación, resentido social e inadaptado. No hay más que inventar, el entramado de selecciones y acciones aunque es basto, en la televisión nunca se puede estar por encima de su dinámica sistémica, como dice Marcos Roitman, el nuevo pacto social “se fundamenta en inhibir conductas antisistémicas...pensar es pensar en el sistema”.²⁹

2.4. LA IDEOLOGÍA COMO FUENTE DE CERTEZAS.

La delimitación de las opciones para la construcción del estilo de vida de los individuos se vuelve un factor que no sólo se circunscribe al horizonte televisivo, responde también a la tarea que juega la ideología como herramienta que proporciona marcos de sentido dentro del cual se realizan acciones significativas. Dentro de este apartado hemos querido observar la dimensión del término ideología en lo que se refiere a su papel como constructor activo del

²⁹ Marcos Roitman Rosenmann, *El pensamiento sistémico: los orígenes del social conformismo*, Siglo veintiuno, México, 2003, p. 3 y 67.

entramado social, al cual según Gleizer hay que despojar de sus connotaciones valorativas que imposibilitan hacer un acercamiento y aprehensión del mismo a través de juicios científicos.

La ideología podemos ubicarla entonces como un entramado de formas simbólicas que participan en la constante producción y reproducción de las relaciones sociales, y que se materializan en un conjunto de instituciones y prácticas determinadas proporcionando una representación parcial de la realidad. En el caso que compete a este estudio, sólo nos enfocaremos a las formas simbólicas que se inscriben en la institución televisiva y entenderemos a la ideología

“...como un sistema de símbolos en interacción, como estructuras de significados entretejidos que permiten configurar las conductas de los individuos. Las ideologías no son, por tanto, una práctica particular, sino más bien un instrumento para el tamiz de las experiencias a partir del cual éstas se ordenan y organizan; una herramienta que capacita a los actores para una acción social consciente.”³⁰

Durante su estudio Gleizer considera que el concebir a las ideas como un instrumento político capaz de determinar e imponer una visión del mundo tiene un carácter reduccionista, ya que asume que las motivaciones humanas sólo se rigen por la búsqueda y consecución del poder. Evidentemente su afirmación resulta interesante pero, entonces cómo podemos dar cuenta de la existencia de industrias culturales posicionadas dentro de la estructura social urgidas porque sus productos sean asumidos por sus consumidores como una forma de vida, como la posibilidad de vivir una nueva experiencia, independientemente del valor de uso que se pueda ofrecer. Es cierto, que la aprehensión que el consumidor hace de la cultura no necesariamente es la misma que sus hacedores dictaminan, pero también es cierto que las influencias estandarizadas de estilos de vida que ofrecen ejercen una gran influencia en la de-construcción del mundo de vida de los individuos.

De igual manera, estamos conscientes que la ideología por sí misma no produce relaciones sociales asimétricas, su reproducción se genera en el terreno material de la producción, pero

³⁰ Marcela Gleizer, op. Cit., p. 97.

lo que si puede generar el televisor, son un conjunto de representaciones simbólicas que reflejan parcialmente una realidad de la cual se excluyen voces, ideas y posibilidades democráticas de expresión. Consideramos que es de vital importancia no perder de vista estos otros enfoques del término, ya que creemos que su aportación no necesariamente excluye a la de Gleizer.

Continuando con la propuesta de entender a la ideología como una subestructura de reducción de complejidad, podemos decir que al término no se le ha dado la importancia necesaria como garante de la construcción de un proyecto como el moderno. Las ideologías fueron capaces de proporcionar un sistema de creencias seculares que servirían a los individuos para la construcción de sus proyectos nacionales, buscando con ello, enterrar para siempre sus referencias supraterranales, dejando sentir su alcance también en el terreno encargado de guiar y orientar las acciones políticas y sociales, que se encargaban de definir qué orden societal era el correcto, cual era el posible, el verdadero, etc. Pero sin duda, la dimensión que abraza su faceta más polémica es la que tiene que ver con su connotación apologética y justificativa responsable de establecer y defender estructuras de valor.

Las ideologías no pueden ser entendidas sólo en su dimensión instrumental de sometimiento simbólico, ya que han ejercido un papel protagónico en el desarrollo de la historia del hombre moderno, además de funcionar el día de hoy como mecanismos que permiten a los individuos cierto desenvolvimiento y manipulación del mundo a través de programas que suministran modelos “para organizar procesos sociales y psicológicos”. La aportación que retomamos de Gleizer, consideramos permite entenderlas también como herramientas que facultan un nivel de articulación conceptual y son capaces al mismo tiempo de generar elaboraciones idealistas.

La ideología en la época actual y reflejada en el televisor a través de un muestrario de estilos de vida puede ser entendida como un “sistema secular de símbolos en interacción” que le permite a los individuos reducir la complejidad que le conlleva la coerción de su selección de un proyecto de vida, proporcionándole marcos de acción dotados de significados.

Lo expuesto hasta aquí nos expresa los dilemas que enfrenta el individuo en el ámbito del estilo de vida, mostrándonos la manera en que resuelve esta situación. El televisor como ERC abraza en sus entrañas el surgimiento de subestructuras como el ámbito de vida al que se le delimita un horizonte de sentido dentro del cual realizar acciones significativas proporcionado por la ideología, cada una cubriendo a su manera las carencias que enfrenta el individuo en la búsqueda de la consecución de un proyecto de vida, de su construcción identitaria, pero sobre todo, en lo que se refiere a los marcos de acción que le son brindados para su consecuente desenvolvimiento en el mundo societal.

Como lo hemos venido señalando, la suscripción a “x” o “y” ideología ya no pasa tanto por nuestra experiencia asociada a la ubicación que asumimos en la estructura social – por nuestra pertenencia a una clase- sino a un proceso de selección reflexivo que elabora cada individuo. Las etiquetas de membresía que nos arraigaban a determinado conjunto de ideas dejan de prestar su utilidad clasificadora, han perdido claridad al autodefinirse y expresar sus directrices, así como han hecho confusa su performatividad. Es decir, las ideologías ya no pueden expresar significados precisos y unívocos, permitiendo que sus símbolos sean digeridos de diversas maneras- aunque no necesariamente-. Estos últimos, se adecuan, se combinan, se complementan y son resignificados por los individuos.

La ideología dentro de este contexto según Gleizer, aunque estructura un campo de formas simbólicas que llenan de significado a la selección, ha dejado descubierta la necesidad de expresión y comunicabilidad de las identidades. Antaño era normal, común e incluso cuestión de rutina el hecho de manifestar en cada ámbito de la vida cotidiana a través de la exposición verbal, quién era uno, en que se identificaba o diferenciaba del otro, que criterios éticos lo regían; se reafirmaban las preferencias por la simpatía con un modelo determinado de sociedad circunscrito en el debate de los dos grandes bloques, etc. Sin embargo la situación ha cambiado en una sociedad que comprime el tiempo y deja poco espacio para la reflexión, o mejor dicho *exige la aceleración de la formulación de las reflexiones constantes*. El quedarse a meditar mucho tiempo sobre un tema, es pérdida de tiempo y esfuerzo, ya que tal vez cuando se reaccione sea demasiado tarde y el tren de las oportunidades haya partido sin un aviso certero de regreso, además la aceleración de la

dinámica de vida contemporánea hace casi imposible la desgastante tarea de replantear a cada momento nuestra posición ante el mundo, así como la formulación en cada encuentro, de nuestros valores éticos y morales con los que nos conducimos día a día.

Lo engorrosa que resultaría la labor de informar a través de la palabra sobre nuestras preferencias, ha implicado el uso de herramientas que faciliten nuestra necesidad de expresión, así como reconocer la de los demás, es así que como dice Gleizer, nuestro estilo de vida se en ve la necesidad de manifestar su composición estética, la que sustituye a la palabra y la que a través del consumo nos permite comunicar de manera rápida las preferencias que rigen nuestras opciones morales. En otras palabras, las mercancías que compramos y utilizamos se vuelven parte de nuestra voz -sustituyéndola en ocasiones por completo- proporcionando un informe físico que lleva implícita una jerarquía de valores que el que las porta pretende expresar.

Bauman acierta al decir que nuestra política de vida en esta etapa líquida de la era moderna deriva de la práctica de ir de compras. La acción no se suscribe sólo al hecho de comprar unos zapatos, ropa, comida, una casa, etc., sino que estamos en la constante búsqueda de guías de acción que nos proporcionan los *sistemas expertos*; salimos a comprar salud, un tipo de imagen que queremos expresar a través de nuestro vestido, información nutrimental, asesorías jurídicas, educación. El caso del ultimo rubro enunciado es curioso ya que a pesar de ser un sistema experto enfocado al ámbito educativo y de supuesta “producción de conocimiento”, se presenta como un campo ofertor de estilos de vida como lo presenta un anuncio televisivo: “*más que una universidad un estilo de vida*”. Continuando con el sociólogo anteriormente citado:

“La lista de compras no tiene fin. Sin embargo, por larga que sea, no incluye la opción de no salir de compras. Y la competencia más necesaria en nuestro mundo de objetivos infinitos es la del comprador diestro e infatigable.”³¹

³¹ Zygmunt Bauman, op. cit., p. 80.

Como lo hemos venido enunciando, en nuestro mundo se vuelven necesaria la existencia de estructuras organizativas que lo hagan inteligible, que permitan que se manifieste la expresión estética de nuestras identidades de una manera rápida y eficaz, cuya tarea también radicará en facilitar nuestra interacción con el otro. Apoyándonos en Gleizer, consideramos que los bienes materiales asumen perfectamente esta función proporcionando a través de la visibilidad un conjunto de significados que son reconocidos por los individuos que los portan y comparten determinado código cultural, como señala la autora: “ Las mercancías son herramientas para construir la identidad y signos para representarla: “constituyen el léxico del que con mayor frecuencia disponemos muchos de nosotros para extraer la gramática visual de nuestras vidas”.³²

Hemos considerado en este apartado que la necesidad de expresión es resuelta por el televisor cuando su contenido se vuelve una vitrina de mercancías que ofrecen -cada una de ellas- una experiencia distinta como posible adquisición del televidente. Esta situación torna interesante cuando encontramos que el valor de las mercancías ha sido desplazado por el valor de las grandes *Marcas*, quienes se esmeran ya no tanto en mejorar la calidad de su producto sino en encontrar su plusvalor en la experiencia que puedan ofrecer por sí mismas. Es decir, el ingrediente extra que se otorga a través de la oferta de estilos de vida se une y superpone al generado en el proceso productivo por la fuerza de trabajo. Las *Marcas* ahora no sólo se preocupan por ofertar objetos que cubran una necesidad determinada, su interés se encamina a proporcionar modos de hacer y entenderse, digeribles y flexibles, son estilos de vida que se vuelven dadores de nuevas experiencias para todos los gustos y criterios que han sido atrapados por el *slogan*, por ejemplo: las prendas deportivas no sólo sirven ya para hacer deporte, la marca *Adidas* nos dice: “ *impossible is nothing*”; la famosa *Nike* nos sugiere: “ *just do it*”; las embotelladoras de agua nos invitan a ser ligeros – “ *be light*”; las tarjetas de crédito proponen: “ *be smart*”; la televisora TV Azteca nos sugiere: “ *vive la tele*”; los vehículos nos invitan a asumir: “ *la libertad en tus manos*”, los aparatos electrónicos nos ofrecen “ *ideas for life*”, Coca-cola nos sugiere tomar las cosas a la ligera: “ *la vida es como te la tomas*”, y por último Pepsi nos dice: “ *Pepsi es algo celestial, experimenta más*”.

³² Marcela Gleizer, op. Cit., p. 117.

El plusvalor inmaterial de las marcas se ha filtrado a las entrañas del mundo de vida cuando dejamos de querer sólo unos pantalones, ahora queremos unos *Levis*, ya no deseamos tomar un refresco o un agua pedimos mejor beber *una Bonafont o una Coca*, sin embargo el verdadero triunfo de su permeabilidad es que brindan la sensación de que está en las manos de cada individuo la construcción de su yo, de su identidad, de su futuro y presente. El yo, es un yo de Marca.

Consideramos que esta forma de asumir estilos de vida compresos por el eslogan de una compañía han sustituido al discurso que nos comprometía a arraigar, defender y justificar “estorbosos compromisos éticos” que nos uncían a un proyecto. El universalismo de su estructura –elaborado en pocas palabras-queda abierto permitiendo que cada quien lo porte y signifique como quiera, su ligereza y levedad no los atan con nada y se ajustan a todo y a todos. Vicente Verdú expresa muy bien esta situación cuando considera que en la etapa ficticia del sistema capitalista- la actual-, las *Marcas* han adquirido un nuevo sentido:

“Ningún eslogan contemporáneo deberá llamar a comprar esto o lo otro: la gente está harta de gastar. El objeto debe presentarse como un don y así cada compra será menos un desembolso que un ingreso, un ingreso de algo y un deslizamiento en una transrealidad no mercantil. El capitalismo de ficción ha comprendido el rechazo al materialismo grosero, ha asumido el descrédito del consumismo, el rostro vulgar del despilfarro, y ha fundado, en consecuencia, una opción superior. Lo que importa no es la cosa si no su alma. Lo decisivo, en fin, no es el artículo sino la cosmología de la marca.”³³

La idea que desarrollamos arriba sobre la flexibilidad del significado que poseen y le atribuimos a las Marcas se complementa con la noción de la existencia de una cultura infantilizada en el mundo de vida actual y que es desarrollada por el autor citado previamente. El capitalismo de ficción según el Vicente Verdú, es la etapa donde se desarrollan estos nuevos modos de hacer, lo importante ahora, es amar al niño que todos

³³ Vicente Verdú, *El estilo del mundo: la vida en el capitalismo de ficción*, Anagrama, Barcelona, 2003, p. 127.

llevamos dentro procurando satisfacerlo a cada momento solapando sus errores y cumpliendo con todos sus caprichos, quedando el compromiso político sólo como un estorbo que nos impide movernos con libertad. La crítica social y el compromiso ético de los individuos se debilitan ante la emergencia de lo que Roitman llamara el advenimiento del social-conformismo y la infantilización de la cultura se expresa como la nueva levedad de nuestro andar:

“...la transformación de los ritos religiosos en fiestas cantoras, el éxito de los libros con el lenguaje de los cuentos, la máxima audiencia de programas con el nivel de secundaria, el aplauso entre todos los públicos de cintas parvularias, el retorno de los superhéroes del cómic [...]Sin Dios, sin compromisos fuertes, los adultos más jóvenes se doblan o huyen hacia escenarios donde disfrazarse de otros personajes, como a menudo hace el niño. Ser como un niño se ha hecho equivalente a estar facultado para disfrutar con las pequeñas cosas, aprestarse a vivir el quehacer como un juego y a confundir los juegos con la experiencia de la vida.”³⁴

A manera de reflexión final podemos decir que la opción preformativa de nuestro estilo de vida en TV se hace enorme cuando toda *Marca* generaliza la adquisición del producto y este es presentado con un ingrediente extra que ofrece un *plus* inmaterial dador de nuevas, desarraigadas y extravagantes experiencias. Son símbolos en interacción que dotan de significado a la elección de los individuos. Entender a las Marcas hoy significa comprender su invitación como dice Ulrich Beck “a dar soluciones biográficas a contradicciones sistémicas”, como bien lo ejemplifica el slogan de la universidad privada ICEL , “ *tú eliges lo que quieres ser*” o el expuesto por la famosa marca *Gatorade*: “ *está en ti*”. En el mundo televisivo tal vez como en ningún otro ámbito todo se ha etiquetado con la leyenda *for sale* y en la etapa de la modernidad líquida la libertad de cada uno de los individuos asumirá la tarea de encontrar con sus propios medios nuevos *finés con propiedad intelectual*, que ahora son de *Marca*.

El televisor dentro de la etapa líquida nos acompañará en el largo y sinuoso maratón de búsqueda de certezas, el problema surgirá cuando hayamos recorrido un amplio sendero y

³⁴ Vicente Verdú, op. Cit., 59

de pronto encontremos que nuestra Marca acompañante ha dejado de brindar aquello que en un inicio nos prometió y su fecha de caducidad como señala Bauman ha sido rebasada. Verdú acierta al decir “Antes, la marca nos marcaba como ganado, pero ahora nos invita a servirnos de ella, participar en su doctrina o, como dice, de su << cultura>>.”³⁵ El problema deviene cuando el cambio constante, la flexibilidad y ligereza se vuelven elementos vitales de su existencia, *aquel que no sepa adaptarse a las turbulencias del nuevo andar moderno, estará destinado al fracaso*. La fuente de certezas ideológicas aunque arraigan la seguridad de que cada uno es constructor de su propio proyecto, no brinda la certeza de que nuestras elecciones sean las correctas, duraderas, o al menos, resguardadas por un entramado institucional lo suficientemente sólido.

2.5. LA TELEVISIÓN COMO BASTÓN DE LAS FORMAS DE VIDA TECNOLÓGICAS.

La tarea de este apartado es dar cuenta la manera en que nuestras formas de vida han arraigado a la tecnología como una extensión más de su cuerpo en la época de la modernidad líquida, generando en nuestro caso una dependencia enorme hacia la TV, entendida anteriormente como estructura de reducción de complejidad. Consideramos que el espectro electrónico se ha vuelto el bastón que nos guía y permite caminar con aparente seguridad en un mundo lleno de incertidumbres, nos dice que senderos son más apropiados para andar y oscurece otros probables, la seducción televisiva parece ser tan eficaz que por momentos aparentamos ser una extensión más de su pensamiento; reproducimos sus patrones del gusto y la estética, sus valores, sus diversiones. Sin embargo, uno de nuestros objetivos en este apartado es señalar que lo que reproducimos no son las formas de un ente metafísico, sino las formas de un instrumento tecnológico circunscrito a marcos institucionales “regulados” aún por el Estado-nacional y que es dirigido por hombres con nombre y apellido que ocupan un lugar en el entramado social y desde el cual imprimen en la pantalla sus formas de ver y entender el mundo.

2.5.1 FORMAS DE VIDA TECNOLÓGICAS.

³⁵ Vicente Verdú, op. Cit., p. 125.

La aceleración del mundo de vida en la etapa líquida de la era moderna, ha seguido el ritmo impreso por la tecnología, el *nuevo invento o el aparato de moda* revolucionan día a día el tiempo y espacio de nuestras vidas, *la nuevas maneras de hacer* se han vuelto incomprensibles si las desarraigamos de su dimensión tecnológica, tal vez por eso podamos comprender la emergencia de un paralelismo entre el mundo tecnológico y nuestro andar cotidiano, en ambos casos la liviandad se vuelve un factor clave y su punto de unión. En la actualidad nada es tan pesado como para impedir nuestra movilidad, el teléfono ha dejado de ser una herramienta sólo para el hogar, lo mismo pasa con los reproductores de música, los videojuegos o las computadoras portátiles, el desarraigo y liviandad se han vuelto su principal característica permitiendo nuestro desplazamiento de un lugar a otro sin aparentes restricciones en una época donde la *facilidad de movimiento* como dice Bauman se vuelve el *factor estratificador por excelencia*. Sin embargo, la levedad no solo se vive en la estructura de la nueva tecnología, como señala el sociólogo previamente citado, la nuestra es una época caracterizada por la falta de compromisos duraderos, establecer relaciones que tengan como premisa el dicho “hasta que la muerte nos separe” puede resultar peligroso cuando el lema actual se traduce como: “el que no se renueva constantemente está destinado a perecer”.

La vida en la modernidad líquida ha dejado de tener un destino de llegada cuyo nombre tenía la felicidad de nuestra comunidad de pertenencia. Nuestra experiencia vivencial se convierte ahora en una manera de viajar, en un estado de animo arraigado en el presente y sin vista en el futuro, como dicen por ahí: “disfrútalo mientras dure, vive el momento y lo que venga después, ¡no importa!”. La felicidad como parte de un proyecto sólido y colectivo se diluye en proyectos individuales que saben que su presencia se les escurre por las manos de un momento a otro. El carácter liviano y cargado de incertidumbre se hace inteligible en la etapa actual de la época moderna cuando escuchamos la voz de “expertos” en el “arte” de dar recomendaciones del cómo se debe vivir para ser feliz, entre ellas está la del escritor de libros de superación personal Anthony De mello, que dice:

“La vida es para el que se aventura.

El cobarde perece (...)
La vida va a una con el cambio.
Lo que no cambia, está muerto.
Pienso en las personas fosilizadas...
Pienso en las ocasiones en las que
Yo mismo he estado fosilizado...
Sin cambio alguno, sin novedad:
Siempre los mismos viejos y caducos conceptos
Y normas de comportamiento,
La misma mentalidad, las mismas neurosis,
Los mismos hábitos y los mismos prejuicios (...)
Concluyo este ejercicio
Observando la naturaleza que me rodea:
tan flexible,
tan fluida,
tan frágil,
tan insegura,
tan expuesta a la muerte...
¡y tan viva!”³⁶

La flexibilidad, la incertidumbre, la fluidez, la fragilidad, se han convertido en el pan de cada día de los individuos que algunos llaman posmodernos, donde lo que perdura se vuelve un estorbo, incomodo, pesado, nos arraiga al *lugar* y nos hace perder movilidad. Lo ideal se vuelve todo aquello que es desechable, que no compromete por mucho tiempo, que no exige demasiado compromiso y que sobre todo nos permite y exige como la tecnología, cambiar a cada momento.

Dentro de este contexto, la televisión se vuelve objeto de especial interés cuando autores como Scott Lash consideran que las formas de vida dentro de lo que él define como sociedad red o de la información se han vuelto tecnológicas, al decir que nuestro accionar como creadores de sentido lo realizamos como interfaces de humanos y máquinas, como: “conjunciones de sistemas orgánicos y tecnológicos”, es decir, nos desenvolvemos en

³⁶ Se desconoce la fuente.

nuestro mundo global en interfaz con los sistemas tecnológicos, nuestra naturaleza se vuelve tecnológica y *surfea* a diario por una cultura que suscribe el mismo apellido. Desprendiéndose así, el típico discurso con el que estructuramos nuestro andar en el mundo: “*no puedo vivir sin mi teléfono celular, sin mi carro, sin mi computadora, sin mis videojuegos, sin mi cámara de video... No puedo soportar que el televisor se encuentre apagado ¡necesito su compañía!, necesito aquellos espacios de fuga, su capacidad de socializarme a distancia y en especial su agilidad para brindarme consejos*”.

Es necesario entonces, señalar que las formas de vida tecnológicas son simplemente un nuevo modo o manera de hacer las cosas, en un mundo que vive su localidad sólo si se entiende a partir de su dimensión global enlazada por redes informativas. Lash considera que las formas de vida en la sociedad de la información han asumido ciertas características; **son no lineales**, en lo que respecta a su **comprensión, aceleración y expansión: discontinuidad**. A continuación trataremos de abordar estas dimensiones analizando su presencia en el desarrollo de nuestro objeto de estudio, los contenidos televisivos.

En la *comprensión* según Lash, las unidades lineales de sentido como la narración o los grandes relatos se reducen forzosamente, es decir, se abrevian, se comprimen, pierden su historicidad, nosotros consideramos que la sustancia informativa de los libros o de las obras artísticas que exigía cierta linealidad y tiempo de elaboración es sustituida cuando en la era de la información se comprime la noticia y los hechos se presentan como fenómenos aislados y desconexos, emergiendo un *bit* informativo que no informa, sólo genera ruido. Las tecnologías como la TV presentan la noticia de hoy como algo que puede ser irrelevante mañana, no importando que haya ocupado un sitio estelar dentro de la estructura del telediario, para el televisor la noticia deja de existir y ser digna ser transmitida en el momento que otro suceso más impactante aparece.

En la *aceleración*, las formas de vida tecnológica no tienen demasiado tiempo para la reflexión y además adquieren una velocidad que impide la linealidad que les daba sustento antaño: “el tiempo tecnológico rechaza los metarrelatos; los sobrepasa. Y no cuestiona el progreso; es demasiado rápido para él. Cree en el progreso, pero para este su velocidad es

excesiva”³⁷. En nuestro objeto, la *aceleración* se presenta en la reflexión cuando la noticia exige ser transmitida en el noticiero nocturno ó a los pocos segundos de haber sucedido, el análisis del fenómeno se vuelve un imperativo que debe ser resuelto en unas cuantas horas. En el formato televisivo, la aceleración también se vive cuando las noticias se relevan la una a la otra en cuestión de segundos, nada vale tanto la pena para destinarle un programa completo, ni siquiera a los espacios enfocados al análisis y discusión donde se sigue durante su desarrollo más de un tópico interrumpido siempre por los nuncios constantes, ¡que desgastante y aburrido sería hablar de un solo tema por mucho tiempo, eso no genera rating! La producción mediática hoy en día tiene como propósito principal entretener, no informar, como dice Verdú:

“Ni siquiera las manifestaciones contra el hambre o la guerra deberían ser completamente malhumoradas. La gente no lo soportaría. La lucha contra la situación de los más débiles puede realizarse sólo a base de maratones y de vigorosos conciertos de rock, mientras la batalla en pro de los desarraigados se apoya permanentemente en la subasta de abrigo de actrices. Lo de verdad rentable es lo que pasa por el expediente de la mejor distracción.”³⁸

Y por último, en la *expansión- discontinuidad* las ligazones societales que en primera instancia eran cercanas, orgánicas, consanguíneas, fueron sustituidas por la comunidad imaginada que brindaba el Estado-nacional, que aunque era el esbozo de una cultura a distancia conservaba cierta linealidad en la forma de mantener sus lazos sociales y en la manera en la que tejía sus vínculos espaciales a través de sus carreteras, ferrocarriles, redes eléctricas, etc. Ahora sin embargo, las formas de vida se han expandido globalmente a tal grado que su linealidad se disuelve en la distancia, se estiran tanto que se debilitan y rompen en cualquier momento, como dice Lash “ luego se reconstituyen como enlaces de redes no lineales y discontinuas” formándose una sociedad red que estructura sus lazos de una manera que no puede desprender lo técnico y social es decir, sus ligazones son sociotécnicas y la televisión su vuelve el puerto de enlace por excelencia.

³⁷ Scott Lash, *Crítica de la información*, Amorrortu-editores, Buenos Aires, 2005, p. 47

³⁸ Verdú 49

“Si los lazos sociales (de la nación) se mantienen unidos gracias a los mitos de origen, los enlaces sociotécnicos de las redes están vinculados por unidades de significado mucho más tenues. Los unen las comunicaciones: el llamado telefónico, el partido de fútbol televisado para todo el planeta, el último intercambio de *e-mails*.”³⁹

Como Giddens señala, en la etapa actual de la modernidad se ha construido un orden social postradicional donde el vaciamiento del tiempo y el espacio han permitido el estiramiento de las relaciones sociales, donde los individuos experimentan sus interacciones en el desarraigo de sus contextos locales y los sistemas expertos enunciados anteriormente han puesto de manifiesto su validez cosmopolita. Es por lo anterior que resulta de vital importancia comprender el papel que desempeñan las estructuras de reducción de complejidad como lo es el televisor en nuestro caso. Ese espectro que se funde y disuelve en nuestro mundo de vida, el que emerge a su vez como bastón que nos ayuda a caminar en las arenas movedizas de la tan mencionada aquí, modernidad líquida.

2.5.2 LA CULTURA TECNOLÓGICA.

La complejidad que envuelve a estas formas de vida ahora tecnológicas, es que a diferencia del hombre de la edad media a quien lo arropaban un conjunto de creencias delimitadas por una *weltanschauung* que brindaba una sensación de unicidad y orden al todo y que además era compartida por la comunidad, al hombre moderno ubicado en la etapa líquida de la era moderna y avasallado por el *bit* de la información global, el mundo se le presenta fragmentado y los puntos de referencia pueden ser cualquiera, sus lazos sociales se vuelven tenues y fáciles de diluir, el mundo, su mundo se vuelve relativo como sugiere Sartori al citar a Umberto Galimberti: “en ausencias de referencias estables, el hombre [...] cree porque no hay razón alguna para no creer”.⁴⁰

³⁹ Ídem. 49-50

⁴⁰ G. Sartori, op. Cit., p. 137

Al hablar de la sociedad de la información y las nuevas formas de vida que se gestan en su seno, nos es imprescindible hablar de la emergencia de una cultura tecnológica. Como señala el mismo Lash, esta nueva forma de socializarnos:

“...existe, constitutivamente, *a distancia*. Las formas de vida se convierten en formas a distancia. Como mis formas de vida están tan normal y crónicamente a distancia, no puedo navegar esas distancias ni desarrollar la socialidad al margen de mi interfaz maquinal. No puedo lograr esa socialidad en ausencia de sistemas tecnológicos, al margen de mi interfaz con las máquinas de comunicación y transporte.”⁴¹

Nuestra socialización a distancia se resuelve dentro de este contexto de diversas formas y por diversos medios, el proceso más evidente y el que tal vez resulta más importante es el que Sartori ha identificado como las potencialidades globales del televisor que posibilitan la desaparición de las distancias visuales generando la impresión de proximidad de cada rincón del mundo; podemos contemplar lo más recóndito del África a través de un documental, la belleza de la ciudad de París en alguna película, podremos ver los efectos de una sociedad dividida en clases, la explotación, el despojo, racismo, sin embargo no siempre podremos ver capturadas a través de la imagen la causa que los origina. La televisión sin duda recorta las distancias espacial y temporalmente pero, su principal poder radica en su capacidad de recortar la bastedad de la complejidad social, lo que no puede ser video grabado y transmitido por el aparato receptor, no es relevante, deja de existir para las formas de vida tecnológicas, por una sencilla razón, “la caja mágica” se ha vuelto su principal fuente de información.

Dentro de la cultura tecnológica el televisor como todo instrumento tecnológico ha visto evolucionar su estructura técnica, una de ellas es la que ha permitido al televidente que por medio del mensaje celular dialogue a distancia con gente que tal vez nunca ha visto teniendo como interfaz a la pantalla, o bien, el telespectador se involucra en la discusión que ofrece un programa a través del mensaje vía teléfono celular. Nuestras formas de vida ahora se objetivan a partir de una relación deslocalizada, ausente del encuentro cara a cara

⁴¹ S. Lash, op. cit., p. 42-43.

y adoptando formas que el Internet ya nos ha dejado experimentar, la televisión permite y garantiza la emergencia de un nuevo *chat* televisivo. Sin embargo, la televisión en el mundo de vida mexicano se ha presentado como una interfaz maquinal *sui generis*, a diferencia del teléfono ó del chat del Internet que brindan la capacidad de una comunicación diálogica- de ida y vuelta; y a distancia-, el televisor comunica condicionando la posibilidad del retorno de la respuesta, la voz del telespectador se comprime y circunscribe a una encuesta susceptible de ser cuantificada, o bien, subordina el contenido y duración de la contestación a la velocidad y criterios *del hacer* de la institución televisiva. *Las formas de vida tecnológicas televisivas* ven enajenada su extensión maquinal y su posibilidad de expresión a través de ella, se vuelve cada día más lejana.

La cultura tecnológica en su dimensión televisiva ha olvidado la palabra como principal herramienta de construcción social y ha hecho presente la emergencia de una pobreza y perversión comunicacional que se hace evidente en los contenidos programáticos de la televisión en México. Sartori menciona en su libro *Homo videns*, que la imagen televisiva prepondera el acto de ver sobre el de la comunicación lingüística provocando que la imagen se vuelva autoridad en sí y para sí, volviendo su poder irrefutable y descansándolo en la máxima tan utilizada en este campo; “la vista no engaña, la realidad se ve y con eso basta”, no hay nada más que refutar ni decir la imagen una vez más, ha dicho todo y ha definido el horizonte societal. Es la forma de comunicar que privilegia a la imagen, la que por antonomasia define al televisor, la que regida por la volatilidad del tiempo – de su tiempo- vuelve al discurso *slogan*, lo comprime y lo traduce en imagen. Sartori señala:

“...el lenguaje conceptual (abstracto) es sustituido por el lenguaje perceptivo (concreto) que es infinitamente más pobre: más pobre no sólo en cuanto a palabras (al número de palabras), sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado, es decir, de capacidad connotativa.”⁴²

⁴² G. Sartori, op. cit., p., 48.

Esta forma de comunicación a distancia gobernada por la imagen, hace y confunde lo real en lo ficticio y viceversa, su dinámica se acelera en la contradicción permanente y en la *discontinuidad-continua del making televisivo*. Su esencia radica en lo efímero de su universalismo dando sustento a la creación de lazos sociales arraigados en la liviandad del viento que transporta las ondas del espectro radio-electrónico y la cantidad de *bites* que viajan en su espacio son cada vez mayores, al igual que su aceleración.

Dentro de la estructura de reducción de complejidad que aquí hemos ubicado como televisión se dispara un teórico sin fin de marcos de referencia que sugieren y ofertan caminos para la realización de la acción, generando una saturación de información que se traduce hacia el espectador en una gama de posibilidades que rebasa su capacidad real de realización depositándolo en una sensación de *estar* arraigada en la incertidumbre y puesta en la falta constante que sugiere la visión de *demasiá* que se le presenta frente a sus ojos.

Nuestra naturaleza orgánica ha sucumbido ante nuestra extensión tecnológica diluyéndose en su mundo virtual que se presenta ante nuestros ojos con una sonrisa, con amabilidad y ausente de cualquier tipo de podredumbre, una realidad hecha a la medida de todos los gustos. El sigiloso andar de la televisión en México ha camuflado su presencia como institución en la estructura social de la cual forma parte y dentro de la cual asume una posición de poder privilegiada y que no quiere perder, el rostro ambivalente de la pantalla se conjuga a diario entre su mirada alegre y su violenta intervención como industria en disputa del poder.

Pero como veremos en el siguiente apartado, los sólidos que se han diluido no sólo competen al ámbito de vida de los individuos que se desenvuelven en esta época histórica llamada modernidad líquida, industrias como la televisiva han adoptado algunas de las expresiones características de esta etapa en lo que respecta a las nuevas formas flexibles que asume en sus contenidos y programación, así como en las nuevas dimensiones que toman las esferas de lo público y privado dentro de su pantalla.

CAPÍTULO 3

LAS NUEVAS FORMAS TELEVISIVAS

Como lo señalamos en el primer capítulo, el pacto de 50 años entre Televisa y el PRI se mantuvo y se hizo más férreo durante toda la segunda mitad del siglo XX. La maquinaria estatal y mediática se echó a andar ignorando y ocultando sucesos que fueron trascendentales en la historia del México moderno tales como: la matanza del 2 de octubre del 68, el halconazo del 10 de junio del 71, la llamada guerra sucia llevada a cabo en los años 70, el fraude electoral de 1988, la matanza de Acteal. La fórmula mexicana funcionó a la perfección en este periodo logrando una comunión sólida, sin embargo, la rigidez del espectro televisivo no sólo radicaba en su papel de instrumento encargado de legitimar el orden social existente orquestado por el partido oficial, la solidez de esta industria llamada en sus orígenes Telesistema mexicano se expresaba también en la manera de presentar su contenido y en la forma que asumía la estructura de sus programas como veremos a continuación.

3.1. LA FLEXIBILIDAD PROGRAMÁTICA.

La sociedad que enfrentó el televisor en su primera etapa que sustentaba su unidad, solidaridad y dinámica en los trascendentales que le conferían cierta solidez y certidumbre a su andar, en su carácter líquido parece más que nada estar articulada como dice el sociólogo polaco Zygmunt Bauman a través de “breves relatos” y subsumida en un nuevo orden informacional que requiere extraordinarios surfistas capaces de mantenerse de pie en aguas que en cualquier instante tornan turbulentas y que como dice Luhmann tienen presente la idea y posibilidad de que las cosas pueden ser siempre de otro modo.

Como lo hemos señalado anteriormente al apoyarnos del sociólogo polaco, la situación actual emergió de la disolución del metarrelato que concebía a la *rigidez* del orden como la condición que garantizaría la *libertad* de los agentes humanos, el nuevo contexto ha

sustituido esa palabra cuando la desregulación se ha vuelto su nuevo combustible y se expresa en discursos y acciones que abogan por; la liberación de los mercados financieros, la *flexibilización* laboral, en sí, por el llamado a una supuesta pérdida de barreras a la iniciativa y a la libre empresa que sobrepasa la esfera económica. En este estudio consideramos que la televisión ha sido sometida también a ese proceso de licuefacción, o mejor dicho, el efecto de la modernidad líquida ha tocado sus cimientos provocando que la rigidez de su estructura y contenidos se transformen y asuman el estado *flexible* característico de esta época. Piscitelli refleja muy bien esta idea cuando analiza lo que el define como la *neo-televisión*:

“[en la televisión] Nada es fijo los programas se encadenan entre sí, los animadores dejan su sitio de conductores y entran en el turno que sigue. La estructura sintagmática de la neo-televisión tiende al flujo continuo; es la contaminación y el sincretismo convertidos en principios organizadores de la transmisión y la recepción [aquí todo se mezcla...] informaciones, entretenimientos, espectáculo, publicidad [...] en la neo-televisión todo pasa cada vez más rápido”.⁴³

A este proceso lo definiremos aquí como *flexibilidad programática*. Un nuevo estado televisivo que en su carácter ahora global se manifiesta en la discontinuidad y encuentro constante de mensajes diversos y contradictorios entre sí, presentes en pantalla a veces en un mismo tiempo y espacio. Dispersión que se reagrupa a través de un *continuum* programático que engancha las emisiones por diferentes que estas sean; el último evento ocurrido en el reality show en turno es “meritorio” de un espacio considerable en el noticiero estelar- o en cualquier otro-, los representantes de la política oficial se vuelven los invitados de lujo para los programas de revista, el interior de las telenovelas se vuelve un espacio más para el anuncio publicitario ó el *spot* político, y cualquier programa se vuelve extensión de la campaña y evento en boga de la televisora a la que pertenece y representa. Es tal vez por eso que los programas parecen estar rebasados por los anuncios comerciales en su interior y su razón de ser parece sólo un pretexto que da cabida y abre espacio al anuncio de “esto ó aquello”. La flexibilidad de la estructura programática permite al ente publicitario filtrarse en cada uno de sus espacios, volviendo así irreconocible la diferenciación entre el comercial

⁴³ Carmen Gómez, op. Cit., p. 12-15

y el programa en turno. Sin embargo, aunque la palabra flexibilidad lleva implícita la capacidad de adaptación a las circunstancias o al parecer de otras personas, para el televisor esta facultad de adecuación en su carácter estructural se restringe a su posibilidad de incorporar nuevas tecnologías y géneros televisivos, y no en su apertura a propuestas y contenidos que atenten contra su carácter autopoiético, como veremos en el siguiente capítulo. El poder flexible de su estructura se encuentra precisamente sólo en su capacidad de flexibilizar, esto es, en su fuerza para moldear opiniones, para crear y desvanecer eventos a través de la imagen y sobre todo en la ausencia de compromisos éticos en sus expresiones, no en su accesibilidad a dar espacio a una pluralidad de voces e ideas en sus contenidos.

La mezcla del contenido televisivo en su estado flexible nos permite entender porque conductores de noticias pueden ser sin ningún problema presentadores de reality shows como el big brother⁴⁴. El entramado televisivo sustentado en la debilidad institucional que lo legitima permite que periodistas de espectáculos elaboren “análisis” políticos en sus programas y que un diputado que es “boxeador” participe en el famoso reality mencionado anteriormente, hombre de política que es mejor ubicado en el terreno del espectáculo que en el de servidor público y que sin embargo argumenta que su participación en el programa es sólo para acercarse más a la gente ya que los políticos son personas como cualquier otro-claro con sueldos y privilegios que ningún otro tiene-. Será acaso un reflejo más de lo que se ha entendido como la banalización de la política, o mejor aún la política hecha espectáculo, ó simplemente es el reflejo de un mundo donde la fantasía se ha vuelto más real que la realidad. Como señala el historiador Daniel Boorstin haciendo referencia al pueblo estadounidense: “Podemos ser acaso el primer pueblo en la historia capaz de hacer nuestras ilusiones tan vividas y persuasivas, “tan realísticas” que vivimos en ellas”⁴⁵. Ejemplo que se expande en más de un caso a tierras que no son propiamente las norteamericanas, de no ser así, como explicar el *boom* del grupo de pop llamado RBD salido de una telenovela, la fantasía salió de su sitio para confundirse y entrelazarse con la cotidianeidad de lo real.

⁴⁴ Es el caso de una periodista mexicana llamada Adela Micha, conductora de este reality en su primera edición en México en el año 2002.

⁴⁵ Vicente Verdú, op. Cit., p. 122

La flexibilidad programática del televisor ha venido a contrastar con el periodo que definió a éste como un elemento más de *la fórmula mexicana*, las emisiones que desprendía de sí tenían la característica de estar perfectamente estructuradas:

“...los espectadores son interpelados por géneros definidos (ficción, información, deporte); se constituyen en públicos idiosincráticos (niños, tercera edad, hobbyistas, amantes de la música, etc.), a través de una estructuración temporal rígida (días del cine, de los deportes, etc.) la grilla de programación articula la pantalla y prepara a los tele- espectadores para que elijan y se predispongan a efectuar operaciones de producción de sentido y de afecto propias del contrato de comunicación que corresponde a la emisión elegida”.⁴⁶

Los géneros televisivos en su estadio flexible han modificado su estructura y destinatario. Aunque podríamos obviar la existencia de géneros en búsqueda de un público específico, lo que importa a la nueva faceta de la industria televisiva es capturar al mayor número de audiencia posible a través de un programa, es por eso que las telenovelas ya no están hechas sólo para las amas de casa, sino también para el público infantil y adolescente; los espacios dedicados al deporte que anteriormente eran dirigidos a varones, ahora insertan secciones que buscan “cautivar” la atención de mujeres, en donde se presenta quienes son los jugadores más guapos, los más cotizados, los solteros, etc. La estructura temporal de este género también se ha hecho flexible cuando la transmisión de eventos deportivos ya no es exclusiva de los fines de semana como se hacía evidente en la primera etapa, los hacedores de TV se han dado cuenta que el entretenimiento no debe esperar, hay que hacer posible que el televidente encuentre en cada espacio, en cada programa, *el género que diluye en sí todos los géneros*.

Los programas para niños – dibujos animados-también se han vuelto flexibles en su contenido, ahora pueden mostrar al televidente a un personaje que al mojarse se transforma de hombre a mujer – Ranma ½-, o bien el maestro del famoso personaje Gokú, es una persona anciana que vive acosando sexualmente a un personaje femenino de la serie – impensable esta situación con los criterios tradicionales de lo aceptable para una

⁴⁶ Carmen Gómez, op. Cit.

programación infantil, e incluso impensable con el estereotipo del gran sabio anciano y maestro de las series de antaño, el cual debía poseer una estabilidad emocional impecable-. Los dibujos animados han dejado de ser exclusivos del público infantil, es el caso del famoso programa los Simpson ha cautivado la atención de todo tipo de público. También se encuentra el interesante caso del programa Yugioh!, serie de dibujos animados que ha sido transformada en un juego de cartas muy popular del que se hacen torneos y en el que participa gente de todas las edades, ya sean hombres o mujeres. Como lo mencionamos anteriormente, nuestra interfaz maquinal televisiva nos ha permitido convertir su ficción en nuestra realidad. En lo que respecta a los noticiarios, asumen en sus contenidos la fórmula seguida por los programas de “chismes”, en donde se trata de evidenciar los asuntos privados de los personajes públicos de la política y, los programas de “chismes” han asumido la estructura de un noticiario promulgando regirse bajo metodologías periodísticas “totalmente objetivas”. Sin embargo, aquí cobra perfecto sentido el análisis sobre las nuevas fronteras entre lo público y lo privado hecho por Bauman:

“... los problemas privados no se convierten en temas públicos por haber sido enunciados en público; ni siquiera puestos ante los ojos del público dejan de ser privados, y lo que aparentemente se consigue con ese traslado a la escena pública, es expulsar de la agenda pública todos los problemas ‘no privados’. Ahora, lo que se percibe como temas públicos son los problemas privados de las figuras públicas.”⁴⁷

Dentro de esta faceta televisiva es de especial interés señalar el caso de uno de los programas de comedia que fue muy popular en México: *El Privilegio de Mandar*. Programa cuyo supuesto objetivo era hacer mofa de los personajes políticos más importantes en la escena del país parodiándolos y que según sus propios guionistas está hecha para divertir y ganar rating, no para informar. A pesar de ello la Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría sostiene que tres cuartas partes de los ciudadanos se informaban “algo” o “mucho” a través de él sobre los asuntos políticos nacionales. Cabe destacar que el mismo estudio indicó que el 73% de los mexicanos vio el programa de comedia al menos hasta el primer periodo del 2005.⁴⁸

⁴⁷ Z. Bauman, op. Cit., p. 76

⁴⁸ La Jornada, en *Masiosare*, Domingo 16 de Octubre del 2005, p., 6-8.

El Privilegio de mandar según la analista de medios Florence Toussaint, hace una crítica muy superficial de la vida política nacional y destaca en su contenido cuestiones que podrían ser privadas, como las maneras de vestir y de hablar dejando a un lado temas de trascendencia. La analista sugiere “Es terrible que la gente diga que se informa. ¿Cuáles pueden ser sus expectativas si cree que los chismes privados y no los temas nacionales es informar?”.⁴⁹ Independientemente de la pobreza informativa del programa y su manera tendenciosa de presentar la noticia, la pantalla televisiva una vez más olvida introducir algo en su contenido, omite enunciar el lugar que ocupa en la esfera del poder y cuya situación le confiere también; el privilegio de mandar.

La esfera televisiva ha permitido la entrada de lo público al mundo de vida de los individuos diluyendo las barreras de lo público y lo privado, empero la disolución no se ha manifestado sólo en este ámbito, en TV, el entretenimiento, la noticia y la publicidad se entrelazan a cada momento sin dejar vislumbrar el límite que delimita sus esferas. Sin embargo es necesario señalar que lo que aquí hemos expuesto como flexibilidad programática no hace referencia a la sordera de la industria televisiva renuente y nada flexible a escuchar nuevos lenguajes que representan al mundo desde otra óptica, a escuchar voces que cuestionan al poder desde diversos ángulos y que con estas voces marcha el cuestionamiento de los pilares de este medio.

Como lo vimos en el capítulo anterior, la televisión ha circunscrito marcos de sentido para la elección del individuo, y aunque estos delimitan un cierto número siempre finito de horizontes que brindan significado a la experiencia, en su estadio flexible se mezclan y fluyen un gran número de mensajes e imágenes que no necesariamente tienen coherencia entre sí fundando y abriendo nuevas posibilidad para la realización de la acción. Sin embargo como ya mencionamos en otro capítulo, aunque es bastó el conjunto de posibilidades para la selección de la elección, la oferta dentro de TV gira en torno a lo que Roitman llamara la inhibición de conductas anti-sistémicas, cito nuevamente: “pensar es pensar en el sistema”.

⁴⁹ Ídem, p., 6

3.2. LA OPINIÓN DE PANTALLA.

En la televisión todos hablan sobre cualquier cosa sin importar lo que se diga se ha despojando de memoria a la palabra. Existe una saturación en la información y los programas se articulan por medio de múltiples *secciones* las cuales no necesariamente exigen continuidad y la velocidad con que se presentan imposibilita la profundización de algún tema, sus contenidos sólo se *convierten en ruido* al que precede o incluye – o ambas – algún tipo de publicidad, quedando su labor informativa ausente. En la pantalla se ha *flexibilizado* también a *la palabra*, ausente de su peso histórico, capaz de cambiar de dirección de un momento a otro (hoy digo blanco y mañana negro sin ningún problema), de ajustarse sin problema a cualquier circunstancia; la palabra se desnuda de hábitos éticos demasiado pesados como para ser digerida por todo el público. Las voces que tejen discusión y análisis en igualdad de condiciones para los involucrados en un tema cualquiera se vuelve aburrida, no divierte a nadie, hay que ponerle sabor usando frases huecas de contenido pero ingeniosas, que como dice Bauman, que puedan ser traducidas en “breves y agudos titulares periodísticos”. Es decir, “la voz de pantalla” está lejos de traducirse como “la diversidad de voces en pantalla”, y más aún de ser reconocida como una apertura democrática en el espectro.

Es cierto que en la pantalla “todos pueden hablar”, siempre y cuando los realizadores de la TV quieran reproducir su voz, o bien, brindar al menos los mismos tiempos y espacios para la pluralidad de voces en espera de ser escuchadas. Pero cuando suponemos que “todos hablan” también queremos decir que no se necesita ser un experto para hablar de cualquier tema en televisión ya que el discurso que se emite es sólo opinión personal. El tiempo televisivo exige que las opiniones sean hechas al vapor, es decir, la argumentación expuesta prescinde de una reflexión profunda, porque el tiempo para la elaboración de un análisis que ponga en cuestión la *obviedad de lo aparente* no puede ser otorgado por este espectro dominado por la lógica de la maximización de ganancias y en donde la pérdida de tiempo implica la pérdida de dinero. Como dice Bauman, en el mundo *como se ve en TV*

“[...] no hay tiempo para hacer una pausa y pensar dos veces antes de emitir un juicio, se le otorga un privilegio inadvertido a las ‘ideas recibidas’, ideas triviales, compartidas por todos, que no exigen ni necesitan reflexión porque se consideran obvias y que, como los axiomas, no necesitan ser sometidas a prueba. Cuestionar lo que se supone ‘obvio’, examinar lo que no suele discutirse, llamar la atención acerca de los aspectos que normalmente no se consideran o quedan en silencio, es lo que requiere tiempo.”⁵⁰

La opinión de pantalla es convertida en opinión personal de los presentadores, encargada de describir el contenido de las imágenes desde los ojos de los encargados de editorializar la información del sistema televisivo, cuestión que veremos más adelante. La voz televisiva se vuelve una opinión televisiva descriptiva y políticamente correcta, no sería bueno hablar o reproducir voces que cuestionen la legitimidad del *status quo* que le confiere al televisor un nicho privilegiado en la estructura societal mexicana.

Sin embargo y a pesar de que “todos pueden hablar” en TV, la opinión pública es privatizada en el espacio de pantalla: aquí sólo los “expertos” hablan. Las voces de TV cobran credibilidad por el simple hecho de ser “una celebridad” la que la enuncia, su palabra se vuelve la “verdad” sin posibilidad de ser refutada: “si lo dijo fulano tiene que ser verdad, por eso sale en la tele ¿no?”. La celebridad y su palabra se vuelven autoridad; “la autoridad sirve para engrosar la fila de los seguidores, pero en un mundo con objetivos inciertos y crónicamente indeterminados, el número de seguidores es lo que define – y es la autoridad.”⁵¹

Con el debilitamiento de la palabra arraigada en la tradición como fuente de certeza para la acción, han surgido nuevas *voces líderes de TV* descriptoras de rasgos de la antes mencionada modernidad líquida; son voces enunciadas en breves segundos, donde la urgencia para la reflexión se ha vuelto un imperativo y a su vez un impedimento a la articulación de los grandes relatos sustentados en la continuidad y linealidad de sus supuestos, ahora éstos, han quedado comprimidos y despojados de su historicidad. El líder de antaño, maestro en el arte de la oratoria y comprometido con ideales y convicciones

⁵⁰ Z. Bauman, *La sociedad sitiada*, FCE, Argentina, 2004, p.199-200.

⁵¹ ÍDEM, 73

arraigadas a un gran relato, ha dejado el paso a líderes que sólo hacen ruido, que hoy dicen una cosa y mañana la contradicen, son líderes que se empeñan en caer bien y quedar bien en todo y con todos. Líderes que sin embargo, saben sonreír a la pantalla y saben como cautivarla y seducirla, son al fin y al cabo líderes mediáticos.

El personaje que encarna y da vida a estas nuevas voces de TV es sin duda la figura conceptual que Bourdieu llamó *fast thinker*. La búsqueda de la primicia informativa y la velocidad tecnológica que motiva y permite trasladar la información a las televisoras de un lugar del mundo a otro en cuestión de segundos posibilitando el enlace en tiempo real de la producción de los hechos, son condiciones que generan para el análisis la *urgencia del pensamiento* y que sólo son capaces de enfrentar y realizar los *fast thinkers*:

“Hay que preguntarse, en efecto, cómo son capaces de responder a estas condiciones absolutamente particulares, cómo consiguen pensar en unas condiciones en las que nadie es capaz de hacerlo. La respuesta, me parece, es que piensan mediante ideas preconcebidas, es decir, mediante tópicos.”⁵²

La comunicación que se emite es entonces y de acuerdo a esta última cita, sólo una repetición de lo que el sentido común es capaz de inferir, es decir, se reproduce simplemente lo que ya se ha dicho. El contenido de la información que se da al instante queda vacío, es información o comunicación sin contenido. El tiempo que se requiere para lograr una comunión entre el tiempo y pensamiento que facilite la creación de un análisis rico en contenido está fuera del de los estándares televisivos, ya que el tiempo aquí – literalmente- vale oro y hay que dar la mayor información y acaparar el mayor número de temas posibles en el menor tiempo posible, la máxima y apuesta televisiva se traduce en “más vale cantidad que calidad”.

Sin embargo es necesario hacer un matiz a nuestra aseveración de que la información en pantalla es carente de contenido, “ésta lo tiene”, es sólo que es un contenido de interés particular, es decir, de un interés de clase particularmente. De lo anterior que podamos

⁵² Pierre Bourdieu, *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1996, p. 39.

entender porque la voz de TV se confunde con la voz publicitaria. El comercial se hace pasar por una charla común y la charla común se ha vuelto un producto de Marca capaz de defender al mejor postor, es decir, la voz de los presentadores del televisor se ha vuelto un objeto ajeno a ellos encargado de transmitir la información editorializada que sus hacedores capturan en el telepronter.

El sincretismo de los contenidos de la caja mágica se ha conjugado con el factor *tiempo* y juntos han logrado una armonía y balance espléndidos. La forma de la emisión televisiva en su estado actual busca obtener la mayor ganancia en el menor tiempo posible, por eso los productos ofrecidos –en forma de programas- buscan generar un *gran impacto* “*siendo espectaculares*” y así conseguir que su consumo genere ganancias en el menor tiempo posible. En pocas palabras, los programas y las voces televisivas convertidas en mercancías deben llevar en sus entrañas la cualidad de *rápida obsolescencia*, la noción de *largo plazo* no cobra mayor importancia dentro de esta lógica, incluso resulta perjudicial, la velocidad no se imprime sólo en el contenido sino en la estructura de los programas

“...así que los presentadores de noticias dicen sus parlamentos de pie, y no sentados tras sus escritorios, a la vez que las palabras que pronuncian vienen acompañadas de sonidos rítmicos, como los de un metrónomo, que les sirven para enfatizar el rápido paso del tiempo. Las salas de urgencias de los hospitales se convierten en la ambientación predilecta de los programas de ficción: en ningún otro lado la vida se ve con mayor realismo, y se pone de manifiesto de manera más ostensible la frugalidad de la fortuna y el infortunio. En innumerables programas de preguntas y respuestas gana el dedo que hace sonar el timbre más rápido, y no la gente que más piensa [...] el éxito de un surfista depende de su habilidad para mantenerse en la superficie.”⁵³

En la televisión todo exige ser contado con velocidad, un ejemplo claro de esto es que en cada noticiario o entre comerciales aparecen secciones de las cuales se desprenden noticias de cualquier tipo en “breves segundos” y en donde casi siempre remata el conductor diciendo “usted ya está informado”. Como bien señala Lash: “El *bit* de la información nos

⁵³ Zygmunt Bauman, *La Sociedad Sitiada*, FCE, Argentina, 2004, p. 2002.

afecta sin el tipo de argumento legitimador que se nos presenta en el discurso. En este caso, la información está al margen de un marco conceptual sistemático.”⁵⁴El carácter de la información en la etapa histórica que entendemos como modernidad líquida, se vuelve antagónico del discurso de la narración, continuando con Lash:

“A diferencia de la narración, la información comprime el comienzo, el medio y el final en la inmediatez presente de un ahora-aquí. A diferencia del discurso, no necesita argumentos legitimadores ni adopta la forma de enunciados proposicionales, sino que trabaja con una violencia comunicacional inmediata.”⁵⁵

La legitimidad del mensaje televisivo se desprende de “el gran discurso” lo deja a un lado, la engorrosa tarea de convencer al mundo a través de largos y complejos argumentos en la era de la sociedad de la información, no tiene sentido, nadie tiene tiempo para eso y además es aburrido. La veracidad de la información construye en sí misma su propiedad ontológica, si es que a alguien interesa que el contenido de los mensajes sea objetivo o al menos real. El mensaje en las pantallas, es relativo y relativiza, es un elemento difícil de cuestionar por su capacidad de volver real lo virtual, es decir, de aparentar la naturalidad y lo evidente de una realidad existente.

El medio se ha vuelto efectivamente el mensaje como bien lo ha señalado Marshall McLuhan, los mensajes de TV por su velocidad de creación y transmisión, tienen la particularidad de ser efímeros, volátiles, ubicuos, desechables y de dejar poco o nada de tiempo para la reflexión. En el espectro televisivo el medio es el mensaje y el mensaje es la imagen, ya que aquí como en ningún otro lugar se repite hasta el cansancio “una imagen vale más que mil palabras”, solo que se olvida un pequeño detalle, las palabras que presentan a la imagen la contextualizan y son capaces de darle una intencionalidad que responda a intereses particulares ó no.

3.3. LOS NUEVOS GÉNEROS TELEVISIVOS.

⁵⁴ Scott Lash, op. Cit., p. 24.

⁵⁵ Ídem, p. 16

La metáfora auto asignada de los hacedores de TV que los define como espejos reflectores de la realidad, tal vez no sea tan descabellada. No en el sentido de que los contenidos programáticos representan una copia fidedigna del complejo social, ni mucho menos que éste en su “estado natural” se encuentran en espera de ser descubierto, reflejado y expuesto por el lente mediático. Lo que la pantalla expresa es la conciencia de una época histórica que caracterizamos anteriormente por sus formas flexibles, fluidas y líquidas, donde la construcción del destino de los individuos se ha trasladado del “exterior al interior” y la búsqueda de la felicidad se ha vuelto un asunto privado que debe ser resuelto y encontrado de acuerdo a las necesidades y facultades de cada quien, cuestión para lo que ya no existe una receta única. Si la televisión guía al mundo es porque lo sigue diría Bauman, reproduce a su manera y en el formato de sus nuevos géneros el empeño dedicado de los gobiernos en anunciar a la ciudadanía que la mejor opción para el desarrollo es la libre empresa de éstos, donde la intervención de los grandes aparatos burocráticos se vuelve sólo un costoso estorbo que les resta poder a los individuos. La clave está en la emergencia de ciudadanos flexibles que se adapten rápidamente el cambiante mundo global.

Una muestra de lo anterior se evidencia en lo que Ulrich Beck entendiera como *El normal caos del amor* que vive el mundo en la época actual, donde las parejas han retomado y arraigado el viejo concepto romántico del amor y suscriben sus relaciones bajo el precepto que indica que la relación debe durar “lo que dure el amor”. Este fenómeno se conjuga con un hecho que en el espectro televisivo nos resulta esclarecedor y es el que tiene que ver con la constante transmisión noticiosa de rupturas amorosas de las parejas de TV, que “han dejado de ser noticia” cuando sus separaciones y uniones parecen tener fechas de caducidad no muy longevas. En la pantalla además de mostrarse la fragilidad de los vínculos humanos que caracteriza a la llamada modernidad líquida, se reflejan los nuevos tintes que adquieren las esferas públicas y privadas. En esta etapa, lo privado ha adquirido un papel protagónico en el mundo de vida y ha salido de su refugio para plasmarse cada vez con mayor fuerza en la vitrina mediática, situación que puede apreciarse en uno de los nuevos géneros conocidos como *realitys*, caso concreto el llamado *Big Brother*.

El tan polémico programa de televisión llamado *Big Brother* inspiración de la conocida obra de George Orwell titulada 1984, ha logrado conjugar en un solo género los elementos

más buscados por el televisor para retener la atención de la escurridiza audiencia. El fenómeno mediático como sugiere Bauman al citar a Ignacio Ramonet ha logrado como ningún otro evento; inflamar, fascinar, conmover, agitar, perturbar, sobreestimar e irritar por igual a un país como el francés, nación que por supuesto no fue la única que sucumbió a tales efectos. Este nuevo Gran Hermano con características distintas a la inicial concepción *orwelliana* sinónimo del poder totalitario del que nada escapa, administrador de la vida de los sujetos de la cuna al ataúd en palabras del sociólogo citado arriba, y que de alguna manera describía la dinámica del poder en la primera etapa de la llamada modernidad, contrasta con este nuevo fenómeno mediático que deja leer entre líneas una realidad que arroja maneras de experimentar el mundo de una forma distinta. El Nuevo Gran Hermano de la televisión no tiene rostro nos dice Bauman, pero no sólo eso

“[el...] Gran Hermano provee a sus pupilos de todo lo que necesitan para hacer su juego [...] Proporciona el terreno de juego y se ocupa de que esté equipado con los artilugios que se necesitan para jugar. Pero el resto depende de uno. El Gran Hermano es de los que acostumbran decir ‘no nos llame nosotros nos comunicamos con usted’. No tiene sentido cuestionar o protestar por sus decisiones. Las apelaciones quedarían sin respuesta. Sin embargo, y fundamentalmente, al Gran Hermano no le importa lo que uno haga con los juguetes y artilugios que le dio, cómo los use o para qué. Tampoco le importa si uno gana o pierde [...] el Gran Hermano es *imparcial*. No se lo puede llamar cruel, por lo que no hay razones para combatirlo. Pero si se lo llama justo eso sólo puede ser en cuanto a que es *indiferente* [...] Es completa y verdaderamente, un Gran Hermano *absconditus*. Uno sabe (todos lo saben) que ‘está ahí’, pero en la práctica no se obtiene nada de ese saber. A la hora de atacar el centro de las preocupaciones cotidianas, uno sigue estando solo.”⁵⁶

El inédito género televisivo cuyo desarrollo se basa en el encierro de un grupo de personas en una casa equipada para proyectar a través de un sin fin de cámaras las actividades de cada uno de los miembros a los que se somete a diversos retos de los cuales sólo el más fuerte sobrevivirá, posee una dinámica semejante a la experimentada por los individuos de esta sociedad nombrada por algunos posmoderna. Las relaciones generadas dentro de la

⁵⁶ Z. Bauman, *La sociedad sitiada*, 85-87.

casa (en sí, de los integrantes) deben y tienen el carácter de desechables, nada importa más que uno mismo; el éxito o fracaso son responsabilidad exclusiva del concursante; la traición, deslealtad y la liviandad de las relaciones logradas son el mejor aliado y la clave para permitirle al integrante “más audaz” ser el ganador. Este evento mediático reafirma las nuevas experiencias y retos a los que se ven enfrentados los individuos en la época que denominamos anteriormente modernidad líquida, la cual es muy bien descrita e interpretada por la máxima de Beck, quien sugiere que en la época actual *se exige dar soluciones biográficas a contradicciones sistémicas*. La vida para los concursantes del *reality* se funde con la experiencia vivencial del mundo de vida que se desarrolla fuera de las pantallas, se presenta como algo que cambia sin previo aviso, donde las estrategias definidas para enfrentar los retos de hoy no necesariamente serán las mismas para enfrentar los retos del mañana, los vínculos sociales se estrechan como dijera Michel Maffesoli más por su dimensión afectual – y poco duradera - que por su suscripción a un vínculo predominante estructurado por los grandes relatos colectivos. En el Big Brother todo se vale, parece que los criterios de acción regidos por la ética se han desvanecido, se han vuelto un estorbo que nos impedirán convertirnos en los grandes triunfadores que el mundo requiere y espera ansiosamente.

El *Big Brother* de TV hace presente la privatización de la vida, entendida esta, como la emergencia de una nueva autonomía de los individuos que les permitirá lograr sus metas y allegarse los medios adecuados para cumplirlas, pero no sólo eso, a la esfera privada la ha sacado de sus clásicos encuadres y la ha colocado en la vitrina del interés público. Este efecto dialéctico que privatiza lo público y de interés común, y que hace de la esfera íntima una cuestión capaz de ser socializada, es la expresión de los nuevos dilemas que ha sufrido la subjetividad contemporánea como bien lo expresa Leonor Arfuch al retomar a Norbert Elías

“Más cerca de [...Norbert]Elías que de las particiones dicotómicas, podríamos decir que ambos espacios – si conservamos una distinción operativa- se intersectan sin cesar , *en una y otra dirección*: no sólo lo íntimo/privado saldría de cauce invadiendo territorios ajenos sino también lo público – en sus viejos y nuevos sentidos , lo político, lo social, lo de uso, interés y bien común, etc.-, tampoco

alcanzará todo el tiempo el estatuto de la visibilidad, más bien [...] podrá replegarse, de modo insondable, bajo la misma luz de la sobreexposición. Esta dinámica -que a veces se transforma en una dialéctica- conspira contra todo contenido ‘propio’ y asignado. Los temas – y sus formatos- serán públicos o privados, según las circunstancias y los modos de su construcción [los límites serán...] modos cambiantes de expresión, manifestación y construcción de sentidos; modos que tornan ‘públicas’ ciertas personas y ‘privadas’ ciertas escenas colectivas”.⁵⁷

Los nuevos géneros televisivos como los *talk* y *reality shows*, han intentado hacer de lo privado un asunto transparente, lo que antaño se entendió como “todo es política” ahora busca traducir en “todo es público”, como bien señala Vicente Verdú: “ El planeta global, autoproclamándose democrático, busca la apariencia ideológica de una esfera vidriada para la supervisión y la súper-visión.” La transparencia del todo, o mejor dicho, la captación del todo a través de la imagen, se ha vuelto consideramos, la nueva utopía mediática. La anhelada “transparencia” que busca afanosamente el lente que “todo lo ve” pretende mostrarle al televidente que la diferencia entre él y sus realizadores es nula, que forman parte del mismo proyecto y que navegan juntos en la misma balsa. La televisión intenta ser la reencarnación del panóptico sugerido por Foucault, pretendiendo ser la vigía del orden y la paz social adjudicándose el monopolio de la verdad, ya que como ella misma lo expresa: “los hechos y las imágenes no mienten”. La televisión ha producido un discurso que concibe la pureza de los fenómenos de los que se quiere dar cuenta, como si éstos hubieran estado siempre allí esperando ser descubiertos por la pantalla.

La influencia de este nuevo género expuesto en las pantallas de un sistema como el mediático acostumbrado a cosificar a sus títeres de pantalla, ha logrado afectar e influenciar otras dimensiones del contenido televisivo. Las noticias y los programas de cotilleo han vuelto obsesivo su interés en transportar la esfera íntima al ámbito público, se han vuelto cazadores de historias de vida, de biografías, de testimonios de famosos, de personajes de la política, pero en especial, de hombres y mujeres comunes. Buscan en la confesión como dice Arfuch “la posibilidad de saltar de la valla que va de la narración de un suceso de la

⁵⁷ Leonor Arfuch, *El espacio biográfico: dilemas de la subjetividad contemporánea*, FCE, Argentina, 2002, p. 76-77.

propia vida a su actuación directa en pantalla”, la posibilidad de lograr la fusión del testimonio real con la ficción, volviendo este binomio indisoluble, y de la misma manera irreconocible la veracidad del suceso, teniendo como producto final; una realidad espectacularizada de la que todos podemos formar parte.

Sin embargo, es necesario señalar que la compulsión televisiva a exhibir y arrojar a la vitrina mediática la esfera íntima, no es el reflejo de una nueva conciencia histórica con delirio exhibicionista. Del otro lado de la moneda, la de los televidentes, se encuentra la razón por la que estos nuevos géneros se han vuelto tan efectivos y populares. Es una razón nutrida de esperanzas del televidente por encontrar en el espectro, un nicho dador de nuevas experiencias que le proporcione la posibilidad de “ser alguien” en un espacio mediático tan valorado socialmente y en el que siempre le ha sido negado expresarse. El *talk show* le muestra al telespectador en cada historia que no es el único que ha tenido que vérselas consigo mismo para enfrentar sus adversidades, diciendo y repitiendo en cada narración que lo mejor es no vencerse, “que no hay que buscarle tres pies al gato sabiendo que tiene cuatro”, que el éxito o fracaso de todos en este tren de la vida es responsabilidad de cada uno, y por lo tanto hay que sacar todo el provecho a nuestras facultades individuales. El televidente entiende entonces, que su infortunio y soledad no le son exclusivos. Como dice Bauman, los *chat shows* se vuelven ejemplos de vida contados por personas comunes y corrientes

“Entonces yo puedo hacer lo que han hecho ellos, y tal vez incluso mejor. Puedo aprender algo *útil* de sus victorias y de sus derrotas.

Sería [...] erróneo, condenar [...] la adicción a esos programas como un producto del eterno gusto humano por chismes y alcahueterías [...] En un mundo colmado de medios pero en el que los fines no están nada claros, la enseñanza extraída de los *chat shows* responde a una demanda genuina y tiene indudable valor pragmático, dado que sé que de mí y sólo de mí depende la calidad de mi vida; y como también sé que la búsqueda y el descubrimiento de los recursos para lograrlo dependen de mi propia habilidad, valor y esfuerzo, me resulta vital saber cómo han hecho otras personas para enfrentar el mismo desafío.”⁵⁸

⁵⁸ Z. Bauman, *Modernidad líquida*, FCE, Argentina, 2003, p. 74.

El nuevo género se ha impactado y mezclado en una realidad en la que se experimentan sensaciones distintas a las vividas por generaciones pasadas, situaciones que han trasminado la pantalla teniendo como ejemplo más claro la emergencia de nuevos géneros televisivos como el llamado *reality show*. Como lo mencionamos anteriormente, si la televisión guía al mundo es porque lo sigue, pero no sólo lo sigue, su rol protagónico en el mundo de vida de la modernidad líquida por momentos le ha conferido la estafeta de guía. El *Big Brother* de TV ha dejado de ser una realidad de entretenimiento encerrada entre las paredes de una casa, para reencarnar en las entrañas televisivas y hacer de este sistema su cuerpo. Parece que la televisión ha levantado la mano para convertirse en el nuevo vigía del orden, de su orden, dentro de un mundo que sin embargo no tiene claro cual debe ser éste y mucho menos como llegar.

La interpretación de este vigía mediático sin embargo, estaría incompleta si pensamos que sólo es un ente más sometido a las fuerzas del vaivén impreso en la época moderna actual. Es necesario señalar y reconocer que aunque ha transformado sus dinámicas de acción, la televisión es y ha sido parte desde su aparición como industria un elemento más del denominado sistema social del cual se nutre, extrae su poder autopoietico y a su vez legítima. Es por eso que hemos creído necesario complementar en nuestro siguiente capítulo la explicación de este espectro entendiéndolo como un subsistema más del sistema social, abordando sus códigos y formas de acción, así como su carácter ontológicamente cerrado.

CAPÍTULO 4

EL SISTEMA TELEVISIVO

Para desarrollar este tema hemos creído necesario hacer un análisis del televisor desde una perspectiva de la teoría de sistemas desarrollada por Niklas Luhmann retomando sólo algunos puntos y complementando el enfoque de los mismos. Estando conscientes del riesgo que esto conlleva; caer en reduccionismos, malas interpretaciones ó simplificaciones, sin ser nuestra intención, creemos que la pena vale.

En este apartado hemos decidido entender a la televisión como un sistema parcial de lo que representa la totalidad del sistema social. De esta manera podemos decir de acuerdo con Luhmann que el sistema televisivo como todos los sistemas, es una forma de relación comunicacional en donde “todas las realidades sociales, de cualquier rango, se encuentran preformadas por formas específicas de comunicación que las delimita frente a otras”.⁵⁹ Esto quiere decir que todo análisis teórico-sistémico debe partir de ubicar la diferencia entre sistema y entorno, la diferencia entre una forma específica de comunicación y otra, para así comprender la orientación estructural de los sistemas hacia su entorno sin el cual no podrían existir. Como lo pudimos apreciar en el capítulo primero, la televisión en México pudo asumir diversas formas específicas de comunicación ya fuese asumiendo un modelo como el que expresaba la televisión británica- BBC- ó bien siguiendo el formato de competencia comercial impulsado por las cadenas norteamericanas NBC y CBS. El espectro televisivo en México sin embargo, logró conjugar ambas propuestas consolidándose como un sistema que ha generado una dinámica propia y ajena a otras esferas, el cual orienta su estructura hacia los que hemos considerado sus entornos más próximos: el sistema político y económico.

⁵⁹ Este texto es retomado de una introducción que hace J. Torres Nafarrate a la teoría de Luhmann, se encuentra en: Niklas Luhmann, *Sociología del riesgo*, Universidad Iberoamericana, México, 2006, p. 9.

Luhmann supone que la conservación de los sistemas sociales es posible por que son autorreferenciales, cualidad que les permite crear límites abstractos de sentido que se expanden hacia dentro de los mismos

“...es ahí – al determinar sus límites por medio de su propio modo de operación y establecer todos los contactos con el entorno a través de distintos niveles de realidad-, que los sistemas clausurados operacionalmente muestran su aptitud.”⁶⁰

La autorreferencialidad televisiva que permite la conservación del sistema está guiada por los principios de entretener atrayendo el mayor número de audiencia posible y para el caso expande sus límites integrando a su producción la representación de todos los niveles de realidad posibles, situación que produce un efecto que permite al televisor confundirse con cualquier sistema parcial del sistema social. La flexibilidad de su expansión es tal que le posibilita por momentos apoderarse del funcionamiento de otros sistemas, es por eso que por momentos el sistema televisivo se presente como el sustituto del sistema judicial ó legislativo. Su implosión y flexibilización de límites le permite también, lucir por momentos como una esfera autónoma de la influencia de sus entornos, sin embargo, su dinámica autorreferencial nunca se presenta como independiente de su sujeción por la búsqueda de poder.

La comprensión de los sistemas sociales para Luhmann debe partir entonces de entender su carácter autopoietico, expresión que se retoma del biólogo chileno Humberto Maturana con la que se pretende explicar la dinámica de los sistemas vivos y que el sociólogo aquí expuesto retoma para desarrollar su interpretación de los sistemas sociales

“...lo que es peculiar en ellos es que su organización es tal que su único producto es sí mismos, donde no hay separación entre productor y producto. El ser y el hacer de una unidad autopoietica son inseparables y esto constituye un modo específico de organización [...] La característica más peculiar de un sistema autopoietico es que se levanta por sus propios cordones y se constituye como distinto del medio circundante (entorno) por medio de su propia dinámica de tal manera que son

⁶⁰ Ídem. p 13.

inseparables [...] El mecanismo que hace de los seres vivos autónomos, es la autopoiesis que los caracteriza como tales.”⁶¹

La autopoiesis entendida desde los sistemas sociales le permite a Luhmann hacer una distinción entre sistema y entorno, asumiendo que este último no determina al sistema de manera causal-directa. El entorno alerta, despierta, como sugiere Torres Nafarrate “perturba las potencialidades del sistema [...] pero nunca determina ni influencia directamente.” Y con esto no se pretende asumir un solipsismo de los sistemas

“...los sistemas no pueden operar sin su entorno. La permanente combinación de estímulos (entorno) y autoprocesamiento estructurado de la información da por resultado una diferencia: sistema/entorno. Si se quisiera la definición más precisa de sistema, está puesta precisamente aquí: la constante diferencia que resulta del estímulo (entorno) y del autoprocesamiento (sistema).”⁶²

Es decir, el sistema televisivo puede integrar -o no- la información que le ha estimulado el entorno a hacerlo, pero la manera en que lo hace forma parte de una dinámica interna propia del sistema. El entorno le podrá exigir que represente un aspecto cualquiera de la realidad, pero la manera en que lo hace siempre toma en cuenta no poner en peligro su constitución como sistema. El televisor, usando un ejemplo ficticio, podrá integrar a las pantallas un hecho como un movimiento armado porque se ha convertido para la realidad mundial un suceso innegable e inocultable, sin embargo, presentará de este fenómeno sólo lo que su dinámica interna le exige que muestre, todo aquello que permita y no ponga en peligro el carácter autopoietico del sistema. Quién pondría dinamita en los cimientos de su propio edificio.

De esta manera los sistemas sociales en nuestro caso el televisivo, se vuelven sistemas clausurados ya que controlan “sus propias posibilidades de afirmación o negación para la producción de sus propios elementos. Son sistemas basados en una operación recursiva de su propio cálculo, y la realidad no es para ellos más que la reproducción que se realiza en

⁶¹ Ídem. P 10. Aquí se rescata una cita que hace referencia directamente a la obra de Maturana.

⁶² Ídem. p, 12.

esos términos”.⁶³ En TV, esta situación se hace evidente cuando entendemos que la realidad necesita ser convertida en espectáculo para traducirse en *rating*, cuando debe tener la facultad de ser transmitida a través de la imagen y si para ello hay que maquillarla, bienvenida sea. Su autorreferencialidad nos permite entender mejor las palabras de Vicente Verdú cuando sugiere que “...la televisión se constituye en una realidad que funciona siempre ajena a las críticas de los espectadores, impenetrable a las protestas, invariable a los cambios de dirección puesto que ella posee su propio reino, su moral y su destino autónomos.”⁶⁴ A pesar de ello, es necesario señalar que su clausura o si se quiere censura sistémica no puede realizarse en términos totales, consideramos que el sistema televisivo es poroso como todos, es decir, tiene pequeños orificios que escapan de su control, pero que por ser tan pequeños no tienen posibilidad y fuerza de poner en jaque la estructura del sistema en sí.

4.1. EL CÓDIGO DEL SISTEMA TELEVISIVO.

Como lo mencionamos anteriormente, los sistemas están orientados por funciones, es decir, son la síntesis de una gama amplia de posibilidades, la expresión de una elección que pudo realizarse siempre de otro modo. Pero como lo señala Nafarrate al exponer algunos de los conceptos clave de Luhmann, la función por sí sola no nos ayuda a delimitar a la unidad del sistema, éste tiene que desarrollar un código mediante el cual reconozca las operaciones que le son propias deslindándose por tanto de operaciones que competen a otros ámbitos sistémicos, por ejemplo; la televisión de acuerdo a nuestro punto de vista tiene una forma muy particular de entretener que aquí definiremos como un: *entretenimiento animado*, acepción que ha sido originalmente enfocada al entretenimiento para niños– dibujos animados- y que sin embargo aquí empleamos para distinguir y delimitar la particularidad comunicacional televisiva. Hemos creído oportuno proporcionarle este apellido a la palabra entretenimiento ya que consideramos que el contenido y dinámica del sistema televisivo se representan a través de la animación.

⁶³ Ídem. p, 13.

⁶⁴ V. Verdú, op. Cit. 115.

La palabra latina *anima* que quiere decir alma, deriva de las palabras como animismo, animación y anime, todas ellas relacionadas con la idea de movimiento o de proporcionar vida a cosas que originalmente no la poseen, es decir; alguien es capaz de ser el alma de la fiesta, poner el alma en algo se convierte en la posibilidad dar vida a eso mismo, los dibujantes recrean movimientos ilusorios de objetos inanimados creando figuras y escenarios diversos que se convierten en animación, existen técnicas informáticas que crean la ilusión óptica de movimiento, los conductores de TV se vuelven animadores que dan vida a los programas, etc. Consideramos que el código del sistema televisivo tiene la particularidad de ser animado cuando crea un efecto similar al mencionado anteriormente; la realidad en este sistema sólo es real cuando cobra vida en las pantallas y es transmitida a nivel nacional o mundial, siendo así el mundo social un ente inanimado que cobra vida hasta que una cámara y un animador son capaces de conferírsela. Para el sistema televisivo se vuelve nodal guiar su andanza a través de un entretenimiento animado que diluye la realidad en imágenes que no vulneran su capacidad autopoietica y reafirman su búsqueda por la obtención de audiencias.

Sin embargo con el término aquí empleado no sólo buscamos hacer referencia a la capacidad recreadora de la televisión, sino también al carácter del contenido de la información que proporciona. Al enunciar la existencia de un *entretenimiento animado* como código del sistema televisivo también queremos decir que el contenido de su producción ha copiado los ejes rectores de los dibujos animados antaño considerados propiedad exclusiva del público infantil, donde todo es alegre, divertido, ligero y sobretodo fácil de digerir. En nuestra cultura infantilizada la podredumbre y el conflicto pasan a ser sólo cuestión de malos entendidos y donde al final el bien siempre triunfa o al menos se está en esa interminable espera. En los dibujos animados la espectacularización de la realidad no sólo es una posibilidad sino un imperativo, desplegándose en sus imágenes una gama impresionante de colores y sonido, todo con el fin de mantener al público en espera de la siguiente emoción. La realidad para el entretenimiento animado carece de vida y sólo queda impaciente en la espera ser descubierta por un sistema televisivo que cual una madrina, le dará vida.

Una vez definido el código que consideramos rige el andar del sistema televisivo, retomamos a Luhmann cuando sugiere que todos los sistemas sociales han desarrollado una codificación que se expresa de manera binaria, en palabras de Nafarrate:

“El código es un fenómeno específico de comunicación que tiene como último fundamento la disposición binaria del lenguaje: posibilidad de construcción total de la realidad bajo el aspecto de un sí o un no [...] Cada sistema tiene un código constituido por una relación inversa entre un lado positivo y otro negativo: economía = tener / no tener; política = poder / no poder; derecho = lícito / ilícito jurídicamente. De esta manera, el código fija fundamentalmente dos valores ante los cuales el sistema puede oscilar permanentemente.”⁶⁵

Los sistemas según Luhmann se orientan permanentemente hacia la ruta proporcionada por el código positivo estando siempre presente la posibilidad de que el contravalor de éste se muestre y torne por instantes eje rector del sistema obligándolo a tomar medidas contingentes. En el caso de la televisión la directriz positiva ó primaria es lo que aquí definimos como *entretenimiento animado*, quien a partir de las particularidades que describimos de él tendrá como figura opuesta o contravalor al *no-entretenimiento*. Este último se muestra como la negación de todo aquello que se busque presentar en el televisor que vaya en contra los principios rectores del entretenimiento animado, no importando el género que sea.

De acuerdo con Luhmann, los sistemas sociales se mantendrán en la constante oscilación entre su código con carga positiva y negativa bajo una condición de apertura hacia las mismas, y sólo a través de esta flexibilización los sistemas podrán identificarse a partir de su especificidad, Nafarrate ejemplifica el caso del sistema empresarial de la siguiente manera:

“...por más exitosa que pueda ser una inversión, siempre se supone que en un momento dado puede dejar de serlo. El ejemplo recurrente más didáctico al respecto

⁶⁵ N. Luhmann, op. cit., p. 28.

es el de las compañías aéreas que tuvieron que extender su campo de acción a la hotelería y a los servicios turísticos en general.”⁶⁶

Este caso supone la capacidad de adaptación y asimilación de los sistemas hacia sus códigos negativos evidenciando su flexibilidad en situaciones contingentes, lo que permitiría suponer que el sistema televisivo estaría abierto a la constante apertura a cambios sugeridos por su entorno interno o externo que lo invitarían a que asumiera en sus contenidos un perfil diferente al ofrecido, empero, esto no sucede así, la flexibilidad que ha proporcionado ante tales casos es mínima ya que ha entendido que la carga directriz hacia su lado positivo es la condición *sine qua non* que garantiza su autopoiesis como instrumento de control, dominio y poder.

El código por tanto, es lo que le permitirá a los sistemas de acuerdo a esta concepción diferenciarse de su entorno y organizar su propia forma operativa cerrada, tema que veremos a continuación y del cual se pretende explicar la nimia pluralidad de voces ofertadas en pantalla.

4.2. EL SISTEMA TELEVISIVO DESPÓTICO.

En nuestro apartado anterior señalamos que los sistemas sociales son clausurados en tanto que controlan sus propias posibilidades de afirmación o negación para la producción de sus elementos, sin embargo, hemos considerado que esta interpretación no nos permite ver otra dimensión del fenómeno: la clausura del sistema televisivo no sólo es el reflejo de su poder autopoiesis, sino la manifestación de un sistema cuya ontología se edificó en los albores de un régimen que Enrique Dussel definiera como: *corruptor de lo político*. Con esta noción queremos decir que el sistema televisivo con la facultad que le dio el sistema político de explotar el espacio radioeléctrico con fines comerciales a través del otorgamiento de concesiones concentradas, ha definido sus límites de la responsabilidad y libertad de la información. El televisor ha decidido que es digno de ser transmitido y que

⁶⁶ Ídem, p. 29.

no; quien tiene derecho a hablar y quien no; cual tema es importante y cual no, enajenando derechos que tienen relación con los deberes y garantías universales del hombre. Sobre el tema, organismos internacionales expresan:

Algunos de los tratados más significativos en ésta perspectiva son la Declaración Universal de los Derechos y Deberes del Hombre, aprobada en 1948 por la O.N.U, con sus artículos 12, 19 y 29 sobre la libertad de expresión y el derecho a la información. La Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre de 1948, que retoma estos principios la O.E.A. en temas relativos a la libertad de expresión y de información, en sus artículos 4 y 28. Y finalmente, en la Convención Americana sobre Derechos Humanos de la O.E.A. efectuada en San José de Costa Rica el 22 de noviembre de 1969, se añaden la libertad de expresión y el derecho a la información, el derecho a la privacidad y el derecho de réplica en sus artículos 11, 13 y 14

[...en lo que respecta a la posibilidad de acceso a los medios de comunicación...] Por ejemplo, el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos, conocido como el Pacto de San José, en su artículo 19, señala que: ‘Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o cualquier otro procedimiento de su elección’.

Por su parte, en su artículo 13, la Convención Americana sobre Derechos Humanos de la O.E.A. establece que: ‘No se puede restringir el derecho de expresión por vías o métodos indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de aparatos usados en la difusión de información, o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas u opiniones’.

Podemos decir entonces que la estructura del sistema televisivo ha enajenado un bien público (el espacio radioeléctrico) y lo ha transformado y empleado como un bien particular, es decir, ha desarrollado su dinámica como un sistema de naturaleza empresarial y ha dejado a un lado su carácter concesionario que lleva implícito un compromiso por garantizar nimiamente los puntos manifestados por los diversos organismos citados previamente. Este despojo y dinámica sistémica televisiva sólo es posible cuando un

régimen *corruptor de lo político* es capaz de legitimar dicha acción, cuando el poder legalmente instituido se entiende como sede y fuente del poder en sí, enajenándolo y asimilándolo como propio, ignorando que el poder tiene según Enrique Dussel, como referencia primera y última al *poder de la comunidad política*, el pueblo.

“El no referir, el aislar, el cortar la relación del ejercicio *delegado* del poder determinado de cada institución política [...] con el poder político de la comunidad (o pueblo) [...] absolutiza, fetichiza, *corrompe* el ejercicio del poder del representante en cualquier función.”⁶⁷

La televisión como estructura artesanal confeccionada con los materiales del gobierno mexicano se objetivaría a partir de la desnaturalización y corrupción del poder positivo que para Dussel es, no un acto de dominación o sometimiento, sino voluntad de vida, de evitar la muerte y postergarla, de la necesidad de *un permanecer* que empuja a los humanos a construir a partir del consenso instituciones que les garanticen su supervivencia en *un estar social*, lo más placentero posible. El poder en su estadio positivo según el filósofo citado previamente significa consenso:

“Ese *consenso* [...] no puede ser el fruto de un acto de dominación o *violencia*, donde se negara a las voluntades a negar su ‘querer-vivir-propio’ a favor del ‘querer-vivir-del-soberano’ (el Rey), como lo proponía Th. Hobbes. En ese caso el poder político quedaba debilitado al extremo de que sólo contaba una sola voluntad activa, creadora, la del único actor (el Rey como Estado, como Leviatán despótico), y cada ciudadano negaba su libertad. Sin el fundamento de su libertad decidida de los ciudadanos, de la comunidad política, del pueblo, el que ejerce el poder queda él mismo debilitado, como tomado de la brocha y sin la escalera que necesita el pintor. El consenso debe ser una acuerdo de *todos los participantes*, como sujetos, libres, autónomos, racionales, con igual capacidad de intervención retórica, para que la *solidez de la unión* de las voluntades tenga consistencia para resistir a los ataques y crear a las instituciones que le den permanencia y gobernabilidad”⁶⁸

⁶⁷ Enrique Dussel, *20 tesis de política*, Siglo XXI, México, 2006, p. 14.

⁶⁸ Ídem, p. 25.

Las instituciones siguiendo este argumento son creaciones de la subjetividad colectiva y a la vez la objetivación de un poder delegado, el problema deviene cuando el desprendimiento de voluntades es transformado en la negación del ejercicio delegado del poder, es decir, cuando el poder se ha fetichizado en palabras de Dussel. Lo enriquecedor y saludable que significaría la autonomía de sistemas como el televisivo encargados de ser el foro que posibilite el encuentro y expresión de una pluralidad de voces en constante diálogo sin posibilidad de ser amordazadas y que permitan la construcción de acuerdos en búsqueda del bien común, se ha traducido en la expresión de una dinámica televisiva en México que ha propiciado el surgimiento de un *sistema social despótico televisivo*, en un contexto al que le importa poco retomar el tema de la construcción colectiva del futuro de cualquier comunidad nacional.

El poder que le ha sido delegado al sistema televisivo a través de la autorización de la explotación de un espectro radioeléctrico propiedad del Estado (de la comunidad política) ha devenido en la creación de un sistema que según consideramos ha desarrollado características similares al gobierno despótico descrito por Montesquieu en su libro *El espíritu de las leyes*, en donde el poder es entendido como un objeto capaz de ser adquirido por una persona con nombre y apellido, el cual es ejercido sin ley ni regla, pues se rige según la voluntad del “soberano” y sus caprichos. El autor señala en el capítulo V titulado, *De las leyes relativas a la naturaleza del Estado despótico*: “Un hombre [en nuestro caso el sistema televisivo...] a quien sus cinco sentidos le dicen continuamente que él lo es todo y los otros no son nada, es naturalmente perezoso, ignorante y libertino.”⁶⁹ La clausura del sistema televisivo se puede entender perfectamente en este sentido, cuando su voz se vuelve sorda, despótica y autorreferencial. Un ex senador de la República mexicana lo expresa claramente cuando se le pregunta sobre un programa de televisión llamado Tercer Grado:

“Este *Tercer Grado* es la expresión clarísima de qué tan importantes se sienten ellos mismos. Los periodistas se entrevistan a sí mismos. Consideran que son tan importantes que ya no se conforman con la tarea de preguntar...cada vez son más

⁶⁹ Montesquieu, *El espíritu de las leyes*, 18

actores que productores de la información; más analistas y opinadores que interlocutores de la opinión pública”⁷⁰

La objetivación del poder delegado, concesionado y materializado en un sistema como el televisivo se ha configurado en una expresión clara del poder instituido vuelto fetiche, en cuanto que como creación del hombre se ha vuelto *ajena a él, existe fuera de él* de una manera independiente que se presenta como un extraño que impone su poder “como cosa extraña y hostil” diría Marx. Como un fenómeno que puede ser entendido no sólo en la esfera de la economía política, en la religión se expresa así: “Cuanto más pone el hombre en Dios, tanto menos guarda en sí mismo.”⁷¹ El sistema televisivo vuelto fetiche se escurre del control de la mano del hombre y se vuelve sobre sí mismo generando una dinámica propia caracterizada por su accionar despótico. El poder televisivo que promueve como lo vimos en el capítulo anterior estilos de vida con *marca registrada*, se ha cosificado, vuelto fetiche, basa su éxito según Dussel sobre la destrucción del poder originario y normativo de toda política: el poder de la comunidad política, que ha dejado de tener control e injerencia sobre él.

El poder informativo delegado a los concesionarios de la TV, se ha convertido en un poder despótico que es ontológicamente cerrado y que ha excluido de sus pantallas la voz de una comunidad política que como muchas veces ha quedado al margen de todo acuerdo y decisión.

4.3. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LOS SISTEMAS CLAUSURADOS.

El televisor como un acto sistémico entenderá su cerrazón como una figura con pocas sino es que ninguna capacidad para la creación y la contingencia. La clausura del sistema televisivo aunque es sumamente rígida, no es total. La estructura ontológica del televisor posee pocos espacios (aunque no por eso de poca importancia) que escapan de su control, los cuales generan variaciones en cada uno de los elementos que lo componen propiciando la ruptura de la continuidad que supondría la existencia de un *sistema total*. La importancia

⁷⁰ La Jornada, en política, Martes 11 de septiembre del 2007, p. 17.

⁷¹ Karl Marx, *Manuscritos, economía y filosofía*, Alianza editorial, Madrid, 1976, p. 106.

de estos pequeños espacios no controlados del televisor surge cuando las redes informacionales han desbordado las fronteras establecidas por los Estados nacionales, es decir, cuando la televisión ya no puede ser entendida sin su dimensión global y transnacional, cuando los contenidos se impregnan de una polisemia simbólica que no en pocas ocasiones tiende a anularse y contradecirse entre sí. Sin embargo, la discontinuidad que generan estos espacios no controlados del sistema televisivo se conjugan con la continuidad que ejerce sobre el control de sus elementos, convirtiendo a ambas en elementos de un mismo proceso que se resuelve al interior del sistema. En este sentido el espectro radioeléctrico podría ser comparado con la interpretación que Lévi-Strauss y Foucault entendieron como ambivalencia de la cultura según Bauman:

“Lévi-Strauss describió la cultura como una estructura de elecciones, una matriz de permutaciones posibles, finitas en número, pero prácticamente incontables. Hágase notar, de paso, que, aunque él rechazase tener ningún parentesco con esta estrategia, el concepto de formación discursiva de Michel Foucault, capaz de generar proposiciones contradictorias sin perder la identidad propia, apenas era concebible sin el cambio decisivo del discurso cultural impreso con gran poder de persuasión por Lévi-Strauss.”⁷²

Apoyándonos en “el concepto de formación discursiva” de Foucault, la capacidad del sistema televisivo de generar “proposiciones contradictorias sin perder la propia”, se presenta con mayor fuerza cuando sus fronteras han tornado vulnerables a la constante comunión de mensajes diversos que se anulan y complementan entre sí. Sin embargo, esta capacidad de adaptarse a la contingencia no supone necesariamente la asimilación y exhibición de información que vulnere los puntos de unión que solidifican los pilares de un ente que aquí fue definido anteriormente como despótico. El sistema televisivo permite apertura en tanto ésta no pone en riesgo su capacidad autopoietica como lo hemos mencionado en otras ocasiones, empero, posee la astucia de agregar elementos que pondrían en jaque esta condición de una manera muy particular dando cuenta de ellos ya que a nadie le interesan, o bien, enunciándolos de una manera marginal en proporción con las voces que lo refutan. Esto es, los elementos que podrían ser considerados el factor

⁷² Bauman, *La cultura...* p. 46.

negativo del código eje sobre el que se desenvuelve el sistema televisivo, buscan ser asimilados de tal manera que su adopción no vulnere los cimientos del sistema televisivo en su conjunto.

La nueva condición global del televisor posee la capacidad de agregar los elementos necesarios para su producción no importando que diversos sean, la programación y elaboración de sus contenidos son capaces de conjugar un aparente sin fin de símbolos, de información, de imágenes que se complementan y contraponen al mismo tiempo creando un colage de universos culturales sosteniendo su fuerza en la capacidad que posee para adaptar nuevas tecnologías, así como en su capacidad para digerir con celeridad los nuevos géneros televisivos. La producción de información que genera esta condición global del televisor como sugiere Bauman tiende a originarse “en los sistemas más diversos y mutuamente independientes”, pero sobre todo le ha dado al contenido de ésta una nueva dinámica:

“La facilidad para olvidar y el precio barato de la comunicación (así como la alta velocidad) no son más que dos aspectos de una misma condición y apenas se puede concebir por separado. Una comunicación barata supone una entrada de información rápidamente desbordante, sofocante y opresiva tanto como significa una veloz llegada de noticias [...] la comunicación barata inunda y ahoga la memoria más que nutrirla o estabilizarla. La capacidad de retención no puede hacer frente al volumen de informaciones que compiten para captar nuestra atención. La nueva información apenas tiene tiempo para sedimentar para ser memorizada, de endurecerse conformando un lecho sólido sobre el que se podrán disponer sucesivas capas de conocimientos [...] La comunicación rápida sirve para limpiar y olvidar más que para aprender y acumular conocimientos.”⁷³

A este nuevo carácter informativo del televisor con un toque *espectacular* y presentada en *breves segundos* le viene bien la interpretación hecha por René Drucker de la vida mexicana y que definiera a partir de su *McDonalización* (noción que por cierto retoma de George Ritzer) donde lo rápido se vuelve negocio y la calidad se vuelve prescindible;

⁷³ Zygmunt Bauman, *La cultura como praxis*, Paidós estudio, 2002, p. 42.

“Estamos pues invadidos por la chatarra alimenticia, la chatarra televisiva y la chatarra educativa, enriqueciendo a algunos pocos y fastidiando a muchos.”⁷⁴ El carácter de esta información *McDonalizada* rompe las paredes que envuelven al sistema televisivo creando pequeños orificios que nos exigen analizarlo ahora a partir de la continuidad discontinua de sus contenidos volátiles. La porosidad del sistema ha permitido la existencia de pequeñas desviaciones que escapan de la codificación del mejor plano arquitectónico y que además ponen en tela de juicio la capacidad totalizadora del sistema en cuanto a su capacidad de dar coherencia y secuencialidad a los mensajes e información expuesta en pantalla.

Sin embargo, en el terreno de la opinión pública que se reproduce al interior del sistema televisivo, los protagonistas de los hechos noticiosos mundiales se vuelven sólo una imagen atrapada a la distancia, sin posibilidad de debate, replica o discusión, su interpretación se resuelve más bien en el plano nacional o mejor dicho en los círculos de opinión mediáticos en los que participan sólo los expertos de TV nacional, aquellos a los que Bourdieu definió como *fast thinkers*. El sistema televisivo sufre el mismo mal que el periodista Adolfo Sánchez Rebolledo definiera como el autoengaño ideológico del imperio norteamericano; “‘la otitis del tenor’, la sordera causada en el cantante de tanto escucharse a sí mismo”.⁷⁵ Esta cerrazón de la opinión, que no excluye las posibilidades de la audiencia por significarla de diversas maneras, no se ve reflejada sólo en los temas de carácter transnacional, sino también en el local. Empero, diversos movimientos sociales por su condición y fuerza han vuelto inocultable su voz y presencia en los medios logrado arrebatarse al sistema televisivo bajo diversos mecanismos algunos espacios (aunque aún pequeños) que han cuestionado su información editorializada, pero que por su presencia intermitente nunca logran adquirir una fuerza e influencia significativa en las audiencias.

El sistema televisivo en su rama o género informativo ha buscado de alguna manera ganar legitimidad y fuerza con sus audiencias a través de la apertura de espacios para la discusión de problemáticas de nivel general, sin embargo, este intento ha sido sólo un espejismo que está lejos de volverse real, ya que el poder autopoiético del televisor radica en su

⁷⁴ René Drucker Colín, *La McDonalización de la vida mexicana*, la jornada, 7 de agosto del 2007.

⁷⁵ Adolfo Sánchez Rebolledo, *El mensaje de Fidel*, www.La.jornada.unam.mx., jueves 21 de febrero del 2008.

capacidad de clausurar (o cerrarse) a través de la exclusión que minimiza, ridiculiza e ignora versiones que son contrarias a su *weltanschauung*. La posibilidad de generar “proposiciones contradictorias sin perder la propia” es posible cuando la exclusión televisiva logra diluir a través de la distribución desigual de tiempos (o simplemente la no distribución) a la diversidad de voces interesadas en un tema cualquiera. El debate de la opinión pública es convertido en un monólogo que reproduce una visión y manera de entender el mundo, que legitima y reproduce un sistema como el capitalista y por lo tanto el televisivo, que se alimenta de las condiciones que le garantiza aquel.

El poder de exclusión que posee el sistema televisivo se vuelve entonces un factor de vital importancia en la que definiera Scott Lash como sociedad de la información, quien comenta

“La sociedad industrial nacional implica el poder como explotación. La cultura global de la información depende del poder como exclusión. En lo fundamental, se trata de exclusión con respecto al circuito, a los medios de información, a los flujos globales de información y comunicación.”⁷⁶

La capacidad de exclusión de voces y representaciones del mundo convertida en censura del sistema televisivo además de responder como dice Bourdieu a condiciones impuestas de comunicación que pasan por miedos de corte económico e intervenciones políticas, pasa por *el miedo a la diferencia* que repercute en su captación de audiencias. En otras palabras, la competencia se vuelve sinónimo de homogeneidad de los contenidos, ya que el hacer televisivo tiene miedo a arriesgar y fracasar. La competencia entre sistemas televisivos realiza lo que el filósofo francés definiera como un *juego de espejos*, sino como explicar que las televisoras más importantes en México muestren los mismos hechos noticiosos durante la transmisión de todos sus noticieros, uno copia al otro y la diferencia se encuentra en saber como poner un mejor toque de sensacionalismo a una misma nota, o bien, en buscar la exclusiva que más tarde será retomada por el noticiero de la casa de enfrente. ¿Dónde queda la tan citada democracia del *zapping*? esa posibilidad de cambiar de canal y buscar algo distinto en el televisor, si todo el contenido y estructura de entretenimiento e

⁷⁶ Lash Scout, *Crítica de la información*, Amorrortu, Buenos Aires, 2005, p. 12.

información es en esencia el mismo, si los fenómenos sociales y el entretenimiento son abordados siempre desde un mismo y único ángulo.

Ante esta lucha traducida en competencia por la búsqueda de audiencia, los sistemas televisivos se autocensuran buscando girar a como de lugar sobre su eje positivo (entretenimiento animado) que se vuelve el mayor determinante de sus condiciones de comunicación, por eso, la opinión de los expertos se enfoca a describir lo que las imágenes de hecho ya hacen, sólo que estos últimos se encargan de ponerle el toque extra a la máxima receta televisiva. La espectacularización de la realidad sobre la que gira el eje positivo del sistema televisivo se vuelve el condimento homogeneizante que busca editorializar su contenido informativo de un modo, apantallante, espectacular, extraordinario, fuera de lo habitual. La realidad pues, debe ser retocada y dar un tinte de dramatismo y aventura, de no ser así, no tiene sentido de ser representada por el televisor. El contenido del sistema televisivo con estas características se sustenta en lo que Bourdieu definió como la transmisión de crónicas de sucesos

“Una parte de la acción simbólica en la televisión, a nivel de los noticiarios, por ejemplo, consiste en llamar la atención sobre unos hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, de los que cabe decir que son *para todos los gustos*. Se trata de hechos que, evidentemente, no deben escandalizar a nadie, en los que no se ventila nada, que no dividen, que crean consenso que interesan a todo el mundo, pero que por su propia naturaleza no tocan nada importante [...] al privilegiar [la crónica de sucesos] y llenar ese tiempo tan escaso de vacuidad, de nada o casi nada, se dejan de lado las noticias pertinentes que debería conocer el ciudadano para ejercer sus derechos democráticos.”⁷⁷

Los nichos televisivos destinados para la expresión y el debate de la opinión pública se han saturado de información que sólo genera ruido y “entretiene”, se han vuelto zonas de supuesta discusión dominadas por el poder y el dinero, factores estos últimos que sin embargo no se cuestionan. La apertura del sistema se clausura imposibilitando la creación de una esfera que satisfaga las necesidades comunicativas de los individuos. En nuestra

⁷⁷ Bourdieu Pierre, *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1997, p. 22-23.

opinión la respuesta a esta situación podría darse en la dirección que Nick Stevenson propone con respecto a la reformulación de la organización sistémica de las culturas mediáticas, y al respecto menciona:

“La organización sistémica de las culturas mediáticas se podría reformular siguiendo lineamientos que respeten la diversidad cultural y a la vez impongan razonables obligaciones a quienes desean intervenir en un diálogo cultural o político.”⁷⁸

Este respeto a la diversidad cultural y obligación debería conjugarse con la vuelta al *uso público de la razón* propuesto por Habermas en espacios como los que podría brindar el sistema televisivo, permitiendo discutir y ampliar las perspectivas sobre fenómenos que se suscitan a diario en nuestro país y en el mundo, y que tienen que ver con temas como la dominación, explotación, despojo y racismo, entre otros. Sin embargo, el ente mediático se ha volcado hacia la comercialización teniendo como ejes rectores y reguladores el poder y la economía siguiendo como objetivo lo que cualquier industria desea: la búsqueda de la maximización de sus ganancias, no importando si esto implica la autocensura, la censura invisible que se hace posible a través de lo que Bourdieu definiera en su libro *Sobre la televisión*, como la capacidad de *ocultar mostrando*. La acción comunicativa de Habermas dentro del sistema televisivo “es excluida a favor de una acción instrumental orientada hacia el éxito.”⁷⁹

Las cuestiones comunicativas dentro del sistema televisivo han dado paso al interés de grupos monopólicos que han cosificado a su audiencia, a la comunidad política, transformando a sus integrantes de ciudadanos a posibles consumidores potenciales. Esta mutación ha significado para el sistema entender que los (sus) consumidores tienen intereses esencialmente privados antes que públicos, además de que considerar al auditorio como entorno del sistema con un carácter ciudadano implicaría reconocerle ciertos derechos y obligaciones. Según Stevenson, conferir al auditorio un carácter ciudadano quiere decir, proporcionarle la facultad de crear y aportar al universo televisivo, de decidir

⁷⁸ Nick Stevenson, *Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva*, Amorrortu editores, Argentina, 1998, p. 86.

⁷⁹ Ídem, p. 92.

la transmisión programática de una manera directa y transparente, ó bien, darle la posibilidad de ser consultado sobre estrategias de inversión y comercialización.

El sistema televisivo de esta manera ha separado la esfera pública de la privada, propiciando que su cultura se consuma en privado imposibilitando la apertura de espacios para el debate o la discusión, así como limitando sus canales de participación. Podemos decir de esta manera, que la esfera pública que podría propiciar la televisión para lograr lo que Habermas definió como *la situación ideal del habla* ausente de barreras, con igualdad de oportunidades para tomar parte de la comunicación y en donde los enunciados verdaderos puedan obtener esta facultad a partir de el libre consentimiento de todos, se ha diluido y transformado en:

“...un teatro político con una dirección de escena [...] la esfera pública ha pasado a estar dominada por una cultura simbólica superficial que se basa en la exhibición y la ceremonia antes que en los procedimientos democráticos abiertos en la adopción de decisiones.”⁸⁰

Esta clausura televisiva hacia la creación e incorporación de proyectos alternativos que no sólo estén gobernados por el famoso *rating*, así como a la disposición de generar las condiciones para posibilitar *situaciones ideales del habla*, nos generó una inquietud que abordaremos en el siguiente capítulo y que está relacionada con temas que tienen que ver con: cómo podemos entender a un sistema televisivo cerrado en el contexto de lo que se ha definido como globalización cuando precisamente la disolución de la barreras y el constante intercambio de símbolos y mensajes a nivel mundial la caracterizan. Además de considerar pertinente señalar que las prácticas y procesos culturales no son simplemente el reflejo y efecto de un discurso impulsado desde los grandes centros de poder mediático, sino que los individuos que los generan apropian de maneras diversas los contenidos emitidos por las grandes industrias de la información y el entretenimiento, dándoles nuevas dimensiones y resignificando el flujo informacional de maneras diversas como veremos a continuación.

⁸⁰ Ídem. 90-91.

CAPÍTULO 5

GLOBALIZACIÓN Y TELEVISIÓN

El avance tecnológico ha significado una reestructuración del tiempo y el espacio en las sociedades modernas, posibilitando que sucesos lejanos pasen a ser parte de nuestra vida cotidiana. Se ha generado un efecto *collage* en el contenido de los medios modernos depositando sensaciones de unicidad y fragmentación para la experiencia del público como resultados de un mismo proceso. La producción y rotación mundial de impresiones simbólicas se han vuelto cada día más intensas, enlazadas a un contexto que encuentra agencias internacionales protagonizando una lucha constante por dictar la noticia a las redes locales y nacionales de información. La búsqueda de la primicia y las nuevas tecnologías permiten la transmisión en tiempo real de la noticia que se filtra por las paredes de los Estados nacionales dando la impresión de una comunicación sin límites y al instante. Los obstáculos espacio-temporales parecen ya no ser una restricción, dejándonos la sensación de habitar un mundo más pequeño en lo que se refiere a proximidad. La aparente nulidad de barreras se vislumbra también en la nimiedad representacional con que se exhibe la diversidad de formas de vida y pensamientos con las que nos entendemos y asumimos en el mundo, hoy.

5.1. LA TELEVISIÓN EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN CULTURAL.

Es importante mencionar que el contexto que presenta la progresiva disolución de los lazos sociales sustentados en el mito del pacto social e inscritos en un proyecto político orientado hacia la búsqueda del gran relato colectivo, han emergido a la par de una nueva etapa del desarrollo capitalista conocido como globalización, proceso que según Bauman:

“En su significado más profundo, la idea expresa el carácter indeterminado, ingobernable y autopropulsado de los asuntos mundiales; la ausencia de un centro,

una oficina de control, un directorio, una gerencia general. La globalización es el ‘nuevo desorden mundial’ de Jowitt, con otro nombre.”⁸¹

Muchas son las maneras en que se ha caracterizado al fenómeno de la globalización, sin embargo en este primer apartado nos apoyaremos en la interpretación hecha al tema por Arturo Ramos, quien considera que este proceso histórico está definido por algunos rasgos particulares que son; la emergencia de una economía mundial, un orden militar internacional, la presencia de un nuevo orden político internacional definido por la integración regional, la crisis del Estado-nación, así como una nueva cultura global. Este último elemento nos servirá de guía en el desarrollo del tema aquí expuesto.

El tema de la *globalización* ha sido entendido, reducido y propagado en más de una ocasión como un fenómeno que responde únicamente a un proceso global de intercambios comerciales, sin embargo, consideramos que la etapa global actual debe entenderse de una manera más amplia. La globalización es y responde a fenómenos de multiplicidad cultural, donde las formas de vida que describió Lash como tecnológicas, ya no viven su experiencia cotidiana solamente en su interacción cara a cara con el otro y con las costumbres del lugar donde radican, su experiencia se desterritorializa, es decir, se vive de una manera transnacional. En palabras de Bauman al citar a Luke; el espacio ha quedado emancipado de las restricciones naturales del cuerpo y el *wetware*, nuestro equipamiento corporal, ha sido complementado y reemplazado por el *software* y el *hardware*. El proceso global ha sugerido la emergencia de nuevos actores con los que los Estados-nacionales ahora tienen que negociar, figuras tales como organismos internacionales entre los que se encuentran, sólo por mencionar algunos: el FMI o el BM, Amnistía Internacional, la ONU, la OEA para el caso latinoamericano, entre otros. Los Estados-nacionales, además han tenido que abrir – aunque no siempre- su diálogo con la pluralidad de iglesias que día con día se repositionan y cobran fuerza en el nuevo desorden mundial.⁸²

La televisión mexicana inscrita dentro de este contexto podemos ubicarla dentro de un flujo multidireccional de símbolos, sonidos e imágenes culturales que se materializan en su

⁸¹ Z. Bauman, *La globalización: consecuencias humanas*, FCE, México, 2001, p., 80.

⁸² U. Beck, *Libertad o capitalismo: conversaciones con Johannes Willms*, España, 2002, p., 55-56.

pantalla e intervienen en la dinámica del andar cotidiano de sus espectadores. Es bajo esta lógica que no nos resulta difícil visualizar la fotografía de un televidente ubicado en algún rincón de la república mexicana viendo en su televisor chino que se ha fabricado con mano de obra y material multinacional, un programa producido en el país del norte, el cual, transmite un video musical sonando bajo la influencia de ritmos afrocaribeños y que es interpretado por el artista latino de moda, que por cierto, muestra en sus ropas simpatía por atuendos propios de la cultura hindú.

Hablar de la televisión en la era global, o bien, hablar de la televisión global en la etapa líquida de la era moderna significa señalar procesos de distribución mundial de géneros programáticos así como de tecnologías, pero sobretodo es enunciar el fluir global de discursos y representaciones culturales que no necesariamente expresan continuidad y linealidad, ni mucho menos, una recepción acrítica y unidireccional del mensaje multicultural por su público receptor. Empero, es necesario señalar que el estudio de la televisión global, no puede quedarse al margen del análisis de los efectos que produce a un nivel local, es decir, no debe ser investigada al menos en México, fuera de los márgenes de su regulación institucional local o nacional. Al estudiar el fenómeno llamado globalización se corre el riesgo constante de ubicarnos en el terreno de desarrollar un discurso metafísico y abstracto, es decir que no encuentra sustento en lo concreto de una realidad existente, error que bien puede ser sorteado si entendemos que hablar de globalización implica hablar siempre de localización, conlleva, señalar en el análisis la importancia y la re-configuración que asume el lugar bajo la influencia global. En otras palabras, la globalización sólo existe cuando podemos sentir sus efectos a nivel local, cuando dota de nuevo sentido y significado al lugar. Para nuestro caso, la televisión global entendida a partir de su *localidad*, se ha convertido en un explosivo capaz de minar y transformar el sentido *del lugar*. Lugar que para este trabajo responde al nombre de México.

El efecto global de los medios en el ámbito *local* ha sido interpretado de diversas maneras, de las cuales prevalecen dos posturas. La primera supone la existencia de una homogeneización total del globo, a través de la presencia de una especie de imperialismo cultural ejecutado en gran medida por los medios electrónicos en especial: la televisión.

Esta concepción de alguna manera sobreestima la capacidad de las influencias culturales mediáticas, entendidas como un proceso monolítico perfectamente dirigido desde un centro que tiene como objetivo la imposición occidental de la cultura con la finalidad de mantener el dominio de una clase en el poder, de la misma manera entiende a este proceso, como una tarea programática tendiente a homogenizar y uniformar lo diferente a su imagen y semejanza, haciendo del televisor su principal instrumento monopolizador subestimando de esta manera la capacidad reflexiva de los espectadores o individuos quienes capturan y filtran los mensajes en múltiples sentidos y direcciones. La segunda postura referente a la influencia de la globalidad mediática, ha subestimado un punto central del anterior enfoque; el que señala y hace evidente la relación de poderes que subyace en la producción de los contenidos mediáticos. Este enfoque ha sugiriendo que el flujo informacional global en la actualidad es un vaivén de mensajes sueltos y producidos desde posiciones desinteresadas en un universo mediático democrático al que todos tenemos acceso. Situación que dista mucho de resolverse de esta manera. La concepción que empleamos aquí sin embargo, pretende entender al proceso histórico global como un flujo dinámico de tecnologías, imágenes, personas, transacciones financieras, como “un intercambio de experiencias de vida material y simbólica que se presenta en el contexto de la transfronterización de los mercados y de la aceleración del fenómeno de la migración internacional.”⁸³ Experiencias todas ellas, que afectan e intervienen en la re-configuración de la dinámica de vida del México de hoy, y por lo tanto en el contenido de la programación televisiva.

La influencia global de la televisión en México, no necesariamente sigue al pie de la letra las instrucciones de un plan comandado minuciosamente, esto es, la dinámica de penetración e influencia cultural se da de una manera menos resuelta, se presenta como un proceso más contingente y puesto en el caos permanente. Sin embargo, es necesario reconocer y no perder de vista lo que señala Arturo Ramos, quien considera importante señalar la existencia de necesidades del capital globalizado transformadas en fuerzas tendientes a la búsqueda de la apertura de espacios “a la demanda de los incrementos de la producción internacionalizada [así como al interés de...] afianzar ideológicamente la

⁸³ Arturo Ramos, *Globalización y neoliberalismo: ejes de la reestructuración del capitalismo mundial y del Estado en el fin del siglo XX*, Plaza y Valdés, México, 2002, p. 90.

adaptación pasiva de los grandes contingentes humanos a las nuevas formas de relación social”.⁸⁴

La globalización entendida como este intercambio de experiencias de vida material y simbólica que dista de seguir al pie de la letra los pasos de un único guía, permite que reconozcamos la existencia de una relación dialéctica entre las fuerzas de penetración e influencia cultural y la manera en que son recibidas y asimiladas éstas, por los individuos. El sociólogo citado arriba al hacer referencia al tema de la globalización cultural menciona

“Además no podemos soslayar que la cultura global no deja de estar caracterizada por los rasgos de confrontación de proyectos y visiones del mundo y sigue siendo, con todo, la esfera de lo social menos maleable de acuerdo con los intereses específicos de las clases y sectores dominantes, la parte más reacia a las orientaciones neoliberales de los últimos tiempos.

Estas dificultades quizás no se deban tanto a la falta de interés de esta estrategia de dominación por someterla totalmente a sus designios, sino porque finalmente el territorio de la cultura siempre ha sido una especie de epifenómeno en la lógica general de la acumulación capitalista y hoy no es fácil recuperar el tiempo perdido en su incorporación al control de clase. En todo caso, esta labor ha sido asignada por el capital a sus intelectuales orgánicos, pero aún no se observa un triunfo definitivo en este campo.

Entonces, la cultura global viene siendo una cultura en movimiento que se corresponde con los otros componentes de la globalización, pero que a la vez evidencia sus contradicciones como ninguno de ellos.”⁸⁵

La interpretación del proceso global a partir de su vivencia como fenómeno que posibilita la desterritorialización y reterritorialización de las culturas para usar las categorías propuestas por el antropólogo Nestor García Canclini, no pretende negar la presencia de industrias culturales transnacionales bien posicionadas a lo largo y ancho del globo

⁸⁴ Arturo Ramos, p. 94.

⁸⁵ Ver en, Arturo Ramos, p. 96.

terráqueo, que modifican e influyen en las formas de convivencia de los seres humanos; ni mucho menos que la capacidad o el poder de emitir mensajes es excluyente y en el cual no participan ni tienen acceso de la misma manera la diversidad de culturas, ni la pluralidad de pensamientos, ni las diferentes clases sociales. Tampoco se pretende negar que el recorte interpretativo de la realidad mediática prepondera los valores occidentales de la clase dominante, siendo estos los que mayor presencia tienen en los medios electrónicos. Lo que aquí se desea resaltar es que la homogenización pretendida por la primera interpretación requiere de un matiz que tenga en cuenta la existencia de factores de fragmentación, heterogeneidad e hibridación que surgen en el proceso global y adquieren un peso de comparable consideración para su interpretación. Nuestro interés está encaminado a generar un análisis que tenga en cuenta la existencia de sujetos capaces de realizar formas críticas de pensamiento reflexivo que no son sólo el efecto de prácticas y discursos sociales, y esto no sugiere el regreso narcisista del individuo omnipotente, sólo se pretende ampliar el campo de interpretación de nuestro objeto con la finalidad de hacer más nutrida nuestra aportación al tema.

5.2. *GLOBALIZACIÓN Y GLOBALISMO; UNA DISCUSIÓN NECESARIA.*

La globalización como etapa actual del desarrollo capitalista ha sido un fenómeno vitoreado y enaltecido a través de los medios internacionales y locales de comunicación por las supuestas bendiciones que confiere a través de su dimensión económica, así como por su capacidad de expandir los frutos obtenidos a todas las dimensiones de la realidad social, entre ellas la cultural. Es por eso que en este espacio quisiéramos ampliar la discusión propuesta en el apartado anterior entrelazando e introduciendo dos categorías que nos sugieren una interpretación más detallada del fenómeno que lo liberan de interpretaciones reduccionistas y nos ayudan a comprender mejor el papel del televisor en la orbita global. La aportación de categorías como la de *globalización* y *globalismo* en las que abundaremos más adelante y que hemos retomado del sociólogo Ulrich Bech, consideramos, nos permiten abordar el estudio televisivo desde ángulos distintos y a su vez complementarios.

La traducción automática de entender al proceso global como un sinónimo de imperialismo cultural, se vuelve una interpretación que si bien nos permite entender la desterritorialización de las culturas a través de ejemplo claros como es el consumo universal de la coca-cola, el uso de *ipods* (que por cierto fue el mp3 más vendido en el mundo en el año del 2007), la vestimenta de una determinada marca de tenis, el consumo y reconocimiento de programas televisivos como *The Simpsons*, etc., también es cierto que vuelve rígido el entendimiento de procesos como son el de fragmentación e hibridación cultural. La diferenciación entre globalización e imperialismo la desarrolla de una manera muy precisa Tomlinson en su libro *Cultural imperialism*:

“La globalización se puede distinguir del imperialismo en cuanto es un proceso mucho menos coherente o culturalmente dirigido. Pese a las ambigüedades existentes entre los sentidos económico y político, la idea de imperialismo contiene, al menos, la noción de un proyecto tomado con determinación: la difusión de un sistema social desde un centro de poder a través de todo el globo. La idea de globalización sugiere la interrelación e interdependencia de todos los ámbitos globales, lo cual se produce de una manera mucho menos resuelta. Se produce como resultado de prácticas económicas y culturales que, por sí mismas, no se proponen la integración global, pero que, a pesar de todo, la producen [...]”⁸⁶

Aunque no es compartida del todo la idea de que la globalización cultural significa en automático o sinónimo de imperialismo cultural, no debemos perder de vista que el proceso global actual sugiere necesariamente una crítica que evidencie las nuevas relaciones de poder que se reconfiguran y se resuelven a escala planetaria, dentro de las cuales las grandes potencias mundiales (algunas integradas en bloques regionales) poseen una influencia cultural, política y económica de importantes consideraciones hacia los países periféricos o en vías de desarrollo, un ejemplo de ello es la influencia programática de las cadenas norteamericanas sobre el contenido de la televisión mexicana, cuestión que veremos más adelante. Sin embargo, la penetración e influencia cultural no se logran de una manera unidireccional como pareciera verse y entenderse, los flujos migratorios de México y Latinoamérica hacia Estados Unidos bien lo muestran, ya que han hecho rentable la

⁸⁶ C. Barker, *televisión, globalización e identidades culturales*, España, 2003, p., 82-83

creación de cadenas televisivas latinas con contenidos y estructuras televisivas con los que están familiarizados los públicos de habla hispana, haciendo posible como dice Arturo Ramos al citar a Adolfo Gilly, que la cultura se vuelva una actividad práctica además de experiencia subjetiva, y se convierta en una fuerza material que deambula por las calles de la sociedad norteamericana. Como también señala Anthony Giddens, existe una *colonización inversa* resultado de una compleja serie de procesos que definen a la globalización y la caracterizan como un fenómeno contradictorio y antitético

“Lo que podría llamarse *colonización inversa* es cada vez más común y significa que países no occidentales influyen en pautas de Occidente. Los ejemplos abundan: la latinización de Los Ángeles, la emergencia de un sector globalmente orientado de alta tecnología en India o la venta de programas de televisión brasileños a Portugal.”⁸⁷

El reconocer que la interpretación del proceso global no debe ser reducida a su entendimiento como fenómeno imperial, no implica ignorar y pasar por alto que en esta nueva etapa del desarrollo capitalista predominan ciertos discursos y valores que no son más que la expresión de la *weltanschauung* (visión del mundo) de la nueva elite global. La existencia de esta direccionalidad que se pretende imprimir al proceso global, Ulrich Beck lo ha definido como *globalismo*⁸⁸. Fenómeno que surge de la conjugación entre globalización y neoliberalismo y da vida a una ideología que como proyecto político busca traducir a las contradicciones sistémicas en problemas que pueden ser resueltos de manera individual, y la instancia mágica que ofertará las posibles soluciones será la esfera llamada; el mercado mundial. La materialización del globalismo significa entonces la desterritorialización del poder, conjugado con la capacidad de retirada y superposición del poder económico frente al anclaje territorial que representa el poder estatal.

La apuesta del *globalismo* se tira ahora por la economía sin fronteras, por el pronunciamiento del libre flujo comercial que pretende aparecer como la nueva figura que regulará el nuevo des-orden mundial, presentándose en escena como la esfera que

⁸⁷ Anthony Giddens, *Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Taurus, México, 2000, p. 29.

⁸⁸ Ulrich Beck, *Libertad o capitalismo: conversaciones con Johannes Willms*, Paidós, Barcelona, 2002, p. 52-56.

sustituirá a la cada vez menos presente y que antaño fue protagónica esfera política, ó si se quiere, dependerá del protagonismo de esta última la disolución progresiva de ella misma. Como bien señalan Beck y Willms, haciendo referencia a esta situación:

“J. W.: Y no sólo como el final de la política, sino que, además, el Estado se deslegitima al mismo tiempo. Es como un envoltorio inútil, no impide nada, es superficial propiamente hablando.

U. B.: Con esta política automática, *el Estado-nación se convierte en una promesa que no puede cumplir.*”⁸⁹

Complementando la cita anterior el sub-comandante Marcos, vocero del EZLN, añade:

“En el *cabaret* de la globalización, el Estado realiza un *striptease* y al final de la función sólo le queda lo mínimo: el poder de la represión. Destruída su base material, anuladas su soberanía e independencia, borrada la clase política, el Estado nacional se convierte en un mero servicio de seguridad de las megaempresas...

Los nuevos amos del mundo no necesitan gobernar en forma directa. Los gobiernos nacionales están encargados de la tarea de administrar los asuntos en su nombre”⁹⁰

Debemos entender bien que la diferenciación entre globalización y globalismo es sólo conceptual ya que estos dos procesos se encuentran sumamente engarzados en la dinámica cotidiana del *fluir* mundial. Globalismo supone una interpretación unidimensional del fenómeno, se refiere en *stricto sensu* a una globalización económica, no es más que una estrategia política que pretende ser sostenida por una ideología que vislumbra la existencia de la dictadura de un mercado mundial autorregulado por la ley de la oferta y la demanda. Para los impulsores del globalismo la verdadera democracia se vive en el mercado:

“Parece que vivimos en el mejor de los mundos posibles y la justicia liberal forma parte de una civilización de progreso, donde el mercado iguala desigualdades en forma de deseos a través de expandir el consumo sin ninguna exclusión previa.

⁸⁹ U. Beck, op. cit., 45. Las negritas son nuestras. Las abreviaciones responden a las iniciales de los nombres del historiador Johannes Willms y del sociólogo Ulrich Beck.

⁹⁰ Este artículo apareció en *le monde diplomatique*, en agosto de 1997, pp. 4-5. la cita que aquí se reproduce es de Z. Bauman, *La globalización: consecuencias humanas*, FCE, México, 2001, p., 89.

Nadie por sexo, clase, etnia o religión puede ser expulsado del mercado deliberadamente. Nada más democrático que todos participen en un espacio común en igualdad de condiciones. Igualmente, la explotación se torna legítima si se fundamenta en las cualidades y méritos personales y no en privilegios y honores adquiridos fuera del mercado.”⁹¹

El Estado en esta segunda etapa de la época moderna por lo tanto, ha ido asumiendo una forma distinta. El poder que emanaba de la comunión de las voluntades de sus ciudadanos confiriéndole la capacidad de ser el poseedor legítimo de la violencia, transformado en una esfera jerárquica y burocrática que a través de sus mecanismos culturales, económicos y militares posibilitaría el orden y el progreso de una nación, pero sobre todo protegería a sus integrantes de peligros externos por medio de barreras de todo tipo, parece ya no ser el mismo. Hoy el ente estatal se vuelve garante de la libertad de flujos económicos principalmente que trascienden sus fronteras diluyendo progresivamente sus barreras, y el rol que le toca desempeñar se ha reducido al de ser intermediador y facilitador de relaciones de todo tipo entre particulares no importando si son locales o transnacionales, quedándole la tarea de atender única y exclusivamente los peligros y secuelas que el orden global ha generado en casa.

Este proceso conocido como des-regulación, en la época global- léase del globalismo- implica entender una nueva configuración del poder que trastoca en lo más íntimo su relación con el lugar, es la concepción de la liviandad del poder reflejada en la capacidad para desplazarse de un lugar a otro sin restricciones temporales o espaciales, así como la destreza para modificar el rumbo en el momento menos esperado. La máxima del poder en la época del globalismo se traduce en; “la desterritorialización del poder va de la mano con la estructuración cada vez más estricta del territorio”⁹².

Entender a la globalización debe suponer entonces, reconocer también la dinámica de un proceso multidimensional que permite que experimentemos nuestro mundo de una manera local-transnacional, significa entender un proceso que nos lleva con nuestro consentimiento

⁹¹ Marcos Roitman, ¿ *Existe la democracia de mercado?*, artículo publicado en La Jornada, domingo 2 de enero del 2005, Pág., 16.

⁹² Z. Bauman, op. Cit. 30

o no, a vivir la explosión que conlleva el encontrarnos de frente con sonidos y colores diversos, ricos y a la vez extraños, es aprender a vivir con una diversidad de fuentes de sentido, paisajes, historias, culturas, en donde la tarea principal se vuelve la búsqueda de construcción de puentes que nos permitan a partir de nuestra diversidad entendernos con el otro y hacer más rica nuestra experiencia vivencial.

La globalización también sugiere la preocupación mundialmente compartida por la protección del medio ambiente y los recursos naturales, es un proceso que sugiere la creación de frentes que hagan contrapeso a la cada vez más exacerbada deshumanización del trabajo, sino, como explicar el ejemplo del gobierno noruego al retirar en junio del año en curso sus acciones destinadas a Wal Mart Stores Incorporated con un valor de 253 millones de dólares y de Wal Mart de México, S.A. por un monto de 11.1 millones de dólares, por haber encontrado por medio de su Consejo Ético del Fondo de Pensión Estatal de Noruega- encargado de vigilar que no se inviertan los fondos en firmas de dudosa reputación- que estas compañías violaban los derechos humanos y laborales de sus empleados.

El estudio realizado a Wal Mart México reporta que la compañía emplea a menores de edad, señala que las condiciones laborales en las que se ve inmersa su gente ponen en riesgo su salud e integridad, además de ser forzados a trabajar horas extras sin recibir algún tipo de compensación; suscribe la negación de la empresa a tolerar la creación de algún sindicato, así como la reprimenda a cualquiera que lo intente. La acción *local* del gobierno noruego ha rebasado sus fronteras causando efecto en horizontes que enmarcan el territorio sueco, cuando por medio de su fondo de jubilación – AP2- retiró a la sucursal mexicana el 7 de septiembre del 2006 una inversión de 27.5 millones de dólares en materia de fondos de pensión.⁹³ Estos hechos muestran que el proceso global hace referencia también a la existencia de acciones locales que logran poner frenos a la tendencia dinámica de un globalismo sin constricciones éticas y morales.

La globalización se puede y se vive desde el interior de las naciones, la televisión nos transporta al igual que el Internet de un lugar a otro del mundo sin la necesidad de

⁹³ Revista, *Proceso*, 1 de octubre de 2006, p. 60-62.

movernos de nuestro asiento, sus mensajes vienen de aquí y de allá, aunque a veces fluyen en mayor cantidad los producidos por la potencia imperial. Este proceso histórico se experimenta desde dentro de las fortalezas construidas en los barrios residenciales, en donde se puede vivir en *el mundo* sin la necesidad de salir de *su mundo*; en las periferias se vive la imposibilidad de vivir la globalización como se quisiera, pero se vive y se experimenta a partir de la exclusión generada por el proyecto *globalizta*. Las formas de organización en las grandes ciudades se estructuran de acuerdo a las exigencias y ritmos mundiales, lo podemos ver claramente en la dinámica de sus centros culturales, políticos, económicos, laborales. Los hechos noticiosos se vuelven mundiales y son esparcidos por las industrias informativas trasnacionales. La globalización no sólo representa la desaparición de fronteras sino implican a su vez la reafirmación de las viejas, como ejemplo basta señalar la creación de muro fronterizo impuesto por el gobierno norteamericano a su país vecino del sur.

La labor de la sociología tendrá que dar cuenta del espacio donde se tejen en lo local los puentes y nudos que dan cuenta de la existencia de una relación, interacción y experiencia trasnacional, global, o si se quiere mundial, y la necesidad de entender a la globalización como *glocalización* – noción planteada por Robertson- deberá ser un buen punto de partida – o llegada- para los estudiosos de este fenómeno.⁹⁴ Pero no sólo eso, el proceso global nos obliga a abrir las discusiones sobre las transformaciones de los Estados-nacionales, de la geopolítica, de las nuevas formas de interacción y encuentro entre los seres humanos, de los cambios y mutaciones que han sufrido las no pocas instituciones que en algún momento fueron nuestra fuente de certezas y la construcción que permitía hacernos un poco más inteligible el mundo, nuestro mundo. Al respecto señala Giddens

“Somos la primera generación que vive en esta sociedad (cosmopolita), cuyos contornos podemos ahora adivinar. Está trastornando nuestros modos de vida, independientemente de dónde nos encontremos. No es- al menos por el momento- un orden mundial dirigido por una voluntad humana colectiva. Más bien está

⁹⁴ Este concepto lo han abordado de una manera más amplia Beck y Bauman, en los libros citados previamente.

emergiendo de una manera anárquica, casual, estimulado por una mezcla de influencias.

No está sentada ni asegurada, sino llena de inquietudes, además de marcada por divisiones profundas. Muchos de nosotros nos sentimos atenazados por fuerzas sobre las que no tenemos poder alguno. ¿Podemos volver a imponer nuestra voluntad sobre ellas? Creo que sí. La impotencia que experimentamos no es señal de las deficiencias personales sino que refleja las deficiencias de nuestras instituciones. Necesitamos reconstruir las que tenemos o crear otras nuevas. Pues la globalización hoy no es accesoria de nuestras vidas. Es un giro en las propias circunstancias de nuestra vida. Es la manera en la que vivimos ahora.”⁹⁵

Es por lo anterior y retomando la cita de este sociólogo inglés, que creemos necesario redimensionar el papel de un fenómeno tecnológico de dimensiones globales como es el televisor. Es necesario que despojemos de su coraza de a poco a este espectro y señalemos los cambios que ha sufrido en su interior (aunque aparentemente nulos, pero no por eso poco sustanciosos), así como las nuevas dimensiones que proyectan sus relaciones con sus seguidores y con el para algunos decadente Estado-nacional. Esto, con el propósito de vislumbrar cuáles de nuestras instituciones y elementos de ellas han sido rebasados por la realidad que imprime este fenómeno llamado televisión, ya sea en los temas relacionados con su regulación o control, su cuestionamiento como elemento de poder, o bien, en lo referente a sus nuevos alcances y dimensiones tecnológicas.

5.3. LOS CONTENIDOS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO Y LA INFLUENCIA PROGRAMÁTICA NORTEAMERICANA.

El puerto de enlace entre lo local y lo transnacional por excelencia, es sin duda el espectro televisivo, sin embargo la televisión comercial mexicana a pesar de tener una presencia importante de producción televisiva nacional – aunque a veces copiando géneros extranjeros- responde a un enlace casi incondicional a programas americanos. Como lo vimos en los apartados anteriores, el fenómeno de la globalización se resuelve al interior de los Estado nacionales a través procesos en constante tensión, de dinámicas que expresan la

⁹⁵ Anthony Giddens, op. Cit., p. 31

existencia de culturas transnacionales tendientes a generar procesos de unificación y ante las cuales se proyectan movimientos locales que reafirman y defienden hábitos y costumbres regionales y/o nacionales. Entender al fenómeno global de esta manera, nos permite aportar líneas de investigación que den cuenta de la fuerza y creciente apoyo (inclusive a nivel mundial) que han recibido problemáticas y movimientos como el caso indígena, el cual, reivindica el respeto a las costumbres y formas de organización ancestrales, y que de alguna manera evidencia que el *México profundo* no ha desaparecido del todo.

El México de hoy se debate culturalmente entre una creciente influencia cultural transnacional, que se refleja en la emergencia de formas identitarias con un carácter híbrido, que manifiestan, en su informe físico, en esa expresión no gramatical de nuestras vidas como diría Gleizer, una constante distensión y tensión entre cómo integramos lo externo a nuestro interior un poco más familiar. Como señala Gilly

“En la vida de nuestros días, ambas visiones del mundo no son sucesivas, sino contemporáneas. Las sociedades tradicionales, entrecruzadas y atravesadas por las relaciones del mundo moderno, siguen presentes en toda la superficie del planeta [...] Si esto es así, no es posible pensar la globalización de las comunicaciones y los intercambios como un proceso lineal y sucesivo. Se presenta más bien como una realidad arborescente, en la cual la hibridación entre ambos mundos se prosigue sin límite y pausa [...] El mundo moderno subvierte y desintegra las sociedades tradicionales. Pero, al hacerlo, también las incorpora en su interior, recibe sin saberlo su crítica práctica y silenciosa y esa presencia altera su modo de existir”.⁹⁶

Sin embargo, cómo explicar la innegable influencia y aceptación de la cultural estadounidense a nivel mundial y por supuesto en México. Como afirma Helge Ronning, la cultura americana está cerca o se ha convertido en la segunda cultura de todos, que como vimos arriba con Gilly, se funde con la cultura del *lugar*, no necesariamente desaparece y produce un cierto bilingüismo cultural

⁹⁶ El texto ha sido citado y copiado íntegramente de *Globalización y neoliberalismo...*, p. 95.

“Las personas desde Zimbabwe adquieren un especie de segunda pertenencia cultural, y pasan con facilidad de las noticias locales a las ceremonias de entrega del Oscar de los EE.UU., de una telenovela a una caricatura de Disney, y viceversa.”⁹⁷

No podemos negar que el mundo global ha sido penetrado por las influencias culturales de las grandes industrias norteamericanas, que expanden la anhelada esperanza de encontrar en cada rincón del planeta, en cada hogar, la utopía del *american way of life*, que en la actualidad lleva dentro de sí una promesa destinada al fracaso. Ese mundo alejado de podredumbre, de suciedad, de conflicto, que se ha incrustado sigilosamente en los poros del todo social no necesariamente de manera violenta, basa su efectividad precisamente en la capacidad de seducirnos no imponiéndose por la fuerza, sino de hacernos sentir bien con él, de ofrecernos vivencias acordes con el momento líquido de la era moderna: desarraigadas, sin principios éticos que resultan demasiado estorbosos y pesados, ofertora de placeres insaciables como lo es nuestra “posibilidad” de participación “sin límites” en el mercado mundial que se ha vuelto escaparate de innumerables mercancías portadoras de un millón de experiencias.

Este contenido y forma de la programación norteamericana, se hace compatible con lo que definimos previamente como el *entretenimiento animado* que rige el andar del sistema televisivo y que convoca a nuestra cultura infantilizada. Todd Gitlin al hacer un recorrido por la obra de Ariel Dorfman autor del libro *Como leer al Pato Donald*, encuentra en una obra posterior (*Old Clothes*), el interés de este último por descubrir que elementos de la cultura Disney han sido tan efectivos para conquistar y tener tanta influencia en la cultura mundial, y señala citándolo

“la cultura de masas norteamericana llama al niño que el público quisiera ser, el niño que recuerda, el niño que todavía a veces siente ser [...] Pese a la resistencia de las culturas nacionales y diversas subculturas que han rechazado la homogeneización, pese a la abrumadora crítica de la élite y los intelectuales contra este tipo de literatura, la infantilización, que parece un elemento tan esencial de la cultura de los medios de comunicación, puede arraigar en cierta forma de la naturaleza humana que

⁹⁷ Todd Gitlin, La tersa utopía de Disney, en la revista Letras libres, abril 2001, año III, número 28, p. 16.

trasciende las circunstancias históricas. La forma en que la cultura de masas estadounidense llega al público puede tocar mecanismos incrustados en lo más profundo de nuestro ser.”⁹⁸

Esta infantilización seductora y que arraiga en “lo más profundo de nuestro ser” se ve claramente reflejada en el personaje más simbólico de la industria Disney: Mickey Mouse. Al respecto Dorfman dice que el personaje logra conjugar

“poder e infantilización, alarga su influencia y al mismo tiempo mantiene (o recupera) ingenuidad, es un prepotente con todos y con una sonrisa inocente desarma cualquier crítica. El famoso ratón, como en la cultura de masas en que ha nacido, automáticamente reconcilia al adulto con el niño al apelar a un atributo biológico nuestro, que los seres humanos están condicionados por instinto a proteger a sus críos y listos por naturaleza para reaccionar bien ante cualquier cosa que se parezca a la juventud [...] puede ser que así como llevamos en la cara los rasgos de cierta juventud por siempre, así nuestra mente y corazón también, en cualquier cultura, pueden abrirse a lo que apela a nuestros sentimientos más tiernos por nuestra prole y el futuro.”⁹⁹

El *american flavor* del que nos hablara Vicente Verdú, ha invadido la cultura global con su tendencia a mostrarse simple, fácil de ser digerido, así como por su carácter inmediato y vulgar. Es una cultura que ha revalorizado la ficción y la ha vuelto más efectiva que la realidad, la ha despojado de sus elementos de suciedad, de mal olor y la ha acercado más al tipo ideal de una sociedad Disney. La influencia norteamericana se ha presentado en cada rincón del globo con una sonrisa y amabilidad, haciendo borroso y casi imperceptible que este *cabaret del globalismo* tiene un gerente.

El fenómeno global sin en cambio, no es una mera expresión y dinámica de la materialización de fuerzas abstractas como la del mercado, sino el reflejo de una *creación política* hecha por hombres de carne y hueso, donde unos tienen la posibilidad de vivirla y dirigirla sin restricciones, mientras que otros se quedan sólo mirando y recogiendo las

⁹⁸ Todd Gitlin, La tersa utopía de Disney, p. 14-15.

⁹⁹ Todd Gitlin, p. 16.

migajas que este proceso histórico les deja. Como dice Bauman la globalización (léase *globalismo*) es un proceso donde la construcción de la geometría del poder se resuelve de una manera desigual, en ella, se encargan más unas personas que otras, unas tienen la capacidad de fluir en la liviandad del espacio mundial, mientras que otras tienen sólo la posibilidad de mirar anclados a la estrechez que les delimita el lugar; mientras que unos navegan perfectamente sobre las aguas de los flujos globales a una velocidad que se ha reducido a cero, a otros sólo les queda mirar y recoger los escombros que deja tras de sí la nueva elite global.

“Si el mundo es una aldea global, algunos viven en residencias en las colinas y otros en chozas. Unos mandan imágenes y sonidos por toda la ciudad con sólo oprimir sus botones, a fin de que otros los reciban nada más tocas *sus* botones. Algunas imágenes dejan huella, otras pasan sin pena ni gloria. Pero la metáfora de Marshall McLuhan revela una indispensable verdad a medias. Si hay una aldea, hablan en inglés: viste de jeans, bebe Coca-Cola, come bajo los arcos dorados, camina sobre las suelas de Nike, toca guitarras eléctricas, reconoce a Mickey Mouse, a Bart Simpson, a E.T., a Pamela Anderson y a Steven Spilberg.”¹⁰⁰

5.4. LA INFLUENCIA NORTEAMÉRICANA: UNA BREVE DESCRIPCIÓN.

Para hacer más ilustrativo nuestro argumento hemos hecho una pequeña revisión de la programación de canales de las dos principales cadenas televisivas en México, Televisa y TV Azteca. La muestra que utilizamos para guiar esta pequeña exploración fue realizada de manera aleatoria, sirviéndonos como herramientas el Internet y el diario La Jornada; de este último se consultó la cartelera del día 19 de septiembre del 2006 y se recabaron los datos que corresponden a la programación de la empresa Televisa dueña de los canales, 2, 4, 5 y 9; de Internet se consultaron las programaciones de los canales 7 y 13 pertenecientes a TV Azteca, del día 10 de octubre del 2006.

El primer canal del que daremos cuenta pertenece a la empresa Televisa, el cual es destinado a la cartelera infantil xhgc, canal 5 – la programación está comprendida de 6

¹⁰⁰ Todd Gitlin, La Tersa Utopía de Disney, p. 12.

a.m. a 1:30 a.m.-. Es de llamar la atención que a excepción de RTC, Pokémon, Dragon Ball Z, el Chavo, Otro Rollo, el Bar y Amira, este canal, como ningún otro en la televisión nacional, transmite 25 programas de procedencia americana, en donde sólo dos de ellos no son dibujos animados- Malcolm el de en medio y huff -. ¹⁰¹

Dentro de esta cadena televisiva el canal 2 xew tv- programación comprendida de 5:40 a.m. a 5:10 a.m.- , de 25 programas que conforman su cartelera, se mantiene fuerte la presencia de programación nacional, que no por ello de buena calidad y rica en pluralidad de contenidos. Este canal presenta tres programas de la televisora Univisión; cadena televisiva de raíces norteamericanas creada a mediados de los años sesenta con la finalidad de coptar al mercado de habla hispana radicado en el país del norte y de la cual forma parte ahora, la principal televisora de nuestro país desde 1992.

Univisión, perteneciente a Hallmark, Inc. fue adquirida en el año mencionado anteriormente, por el socio mayoritario y presidente; A. Jerrold Perenchio y; los secundarios, Televisa y Venevisión. Los programas que aporta al llamado canal de las estrellas son: Fuera de serie, Control y Lente Loco.

En lo que respecta a xhtv canal 4, - cartelera comprendida de 5:20 a.m. a 5 a.m.- de su programación de un total de 18 programas transmite cuatro creaciones de televisoras americanas; El auto increíble, La mujer biónica, Dragnet y Emergencias; otros tres de la ya citada Univisión : Aquí y ahora, Cristina y Fuera de serie.

Cabe destacar dentro de su programación, la presencia del programa brasileño religioso; La Iglesia Universal del Reino de Dios, mejor conocida como Pare de sufrir:

“...*Pare de sufrir*, nació en Brasil en 1977. Desde entonces su crecimiento ha ido de la mano con denuncias de lavado de dinero hacia su líder, Edir Macedo Becerra, *obispo Macedo*. Se inscribe en el movimiento carismático de las llamadas iglesias neopentecostales y promueve la Teología de la Prosperidad. En Brasil se la ha señalado como uno de los financieros de la campaña del presidente Lula...En

¹⁰¹ El horario comprendido en esta cartelera parte de las 6:00 a.m. a la 1:30 a.m. Cabe señalar que aunque hay caricaturas realizadas por el ingenio japonés, los derechos y su producción han sido absorbidos por empresas norteamericanas.

México hay 48 templos; su centro de operaciones es el antiguo teatro Silvia Pinal, en la colonia Roma. Su fuerza, empero, radica en su alianza con Televisa.”¹⁰²

El último de los canales perteneciente a esta televisora es el canal 9 – programación comprendida de 6 a.m. a 3 a.m.-, aquí se presenta como principal oferta programas que en México se les conoce como “refritos”, es decir, son la retransmisión de series, novelas y películas viejas que ya han sido televisados con anterioridad en los canales llamados estelares de Televisa. Cinco de sus programas pertenecen a Univisión; Control, Primer Impacto, Clásicos de control, Cristina y Don Francisco presenta.

Otro de sus estelares es el *talk show*; Laura en América, tan polémico y discutido por su mala calidad y por los negocios turbios que sostuvo su conductora con el ex presidente peruano Roberto Fujimori, que la llevaron a enfrentar un problema legal en su natal, Perú. Dentro de este canal resalta la presencia del género conocido como infomercial, del cual nos resulta en ocasiones difícil conocer su procedencia. El ejemplo claro es el infomercial llamado; Walter., en donde se exhibe la posibilidad de acceder por vía telefónica – con un costo de por medio, claro está- a los consejos que proporciona el famosísimo leedor de astros de habla hispana, Walter Mercado.¹⁰³

El canal siete de Televisión Azteca, de la programación que presenta 9 de sus series y películas son de Estados Unidos, la cartelera matutina la cubre con los llamados infomerciales y el resto son producciones de la televisora. La cartelera que se consultó comprende un horario que parte de las 0:00 horas y finaliza a las 23: 30. El caso que se presenta a continuación posee el mismo parámetro.

La cartelera del canal trece –Azteca Trece-, presenta en – casi- su totalidad programación nacional; RTC, noticieros, telenovelas, series – de corte telenovelero-, programas de revista e infomerciales. De este último género destaca el producido por la creciente empresa del señor Víctor González Torres: “Farmacias Similares”. Los infomerciales del famoso Dr. Simi – botarga que funge como la imagen de la compañía-, se han vuelto de notable presencia en la televisión mexicana, hasta el punto de haber posicionado un programa en

¹⁰² *La Jornada*, suplemento *Masiosare*, domingo 18 de septiembre del 2005.

canal cuatro – Televisa- donde se pregonan los supuestos sacrificios y apoyos que da al pueblo mexicano el dueño de la compañía, además de generar “círculos de debate” sobre las problemáticas nacionales.¹⁰⁴

Como se puede observar, la influencia programática que se hace presente con mayor claridad en ambas empresas es la proveniente de Estados Unidos. Las películas que presentan como estelares – y no estelares- son en su totalidad americanas, lo mismo pasa con las series y los dibujos animados. Aunque se reconoce que la producción nacional ocupa un espacio considerable en el espectro televisivo, la programación importada ocupa un nicho importante en horarios de alta audiencia.

Es importante señalar que la pobre diversidad de importación programática que se hace presente en la estructura del dúopolio Azteca-Televisa, no responde solamente a la mayoritaria influencia norteamericana, sino también a sus contenidos que reproducen la nueva visión del mundo del *hágalo todo por usted mismo*, exaltando los valores de la cultura dominante. Esta programación conserva en sus entrañas la fórmula que busca mostrar en la pantalla el género periodístico con tintes amarillistas, el morbo por conocer la intimidad de las personas públicas o privadas, de exaltar el prototipo de belleza occidental, entre otras cosas. Son géneros televisivos en donde el bien siempre gana y el malo es malo porque sí, en donde el sexo se vuelve el centro de la historia y la realidad se convierte en espectacular no por su diversidad y complejidad, sino por su encuentro permanente con situaciones límite; explosiones, tiroteos, persecuciones, riñas, infidelidades, etc.

La diversidad se nulifica también en el género infantil desde la producción del dibujo animado, la propuesta de contenido, exacerbando la temática violenta y haciendo muy pobre el diálogo entre los personajes. El mensaje se sostiene por sobre todo en la imagen, es ésta la que comenta volviendo al habla algo secundario, como dice Giovanni Sartori, se modifica la relación entre entender y ver:

¹⁰⁴ He mencionado que este canal presenta casi en su totalidad programación nacional por la presencia del programa: “Increíble salieron vivos”. Aunque es conducido por un locutor de la empresa, parece ser que es una producción americana de la cual se compraron sus derechos.

“La televisión – como su propio nombre lo indica – es ver de lejos (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico...es la televisión la que modifica primero y, fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada al contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen. La diferencia es radical...la televisión no es un anexo; es sobre todo una situación que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver.”¹⁰⁵

Al referirnos a la programación extranjera, no interpreto que su producción es netamente americana, peruana o de la nacionalidad que sea, es decir, hecha con infraestructura y capital humano provenientes de un solo lugar de origen, mucho menos considero la existencia de una cultura americana pura inserta en cada programa. Lo que se pretende señalar, es que son producciones que se han realizado fuera del país y que es posible la transmisión gracias a su compra o a la existencia de un acuerdo entre cadenas televisivas. Sin embargo, sería una ceguera y una grave omisión el negar que en cada serie y película de procedencia americana y que es presentada por el dúopolio, existe una tendencia marcada que proyecta al *american way of life* como el ideal de vida al que todos debemos aspirar, lo mismo sucede con los criterios estéticos de belleza y del buen gusto, con el discurso aspiracional basado en el esfuerzo personal y que lleva inserto la legitimación ideológica de una dominación basada en una estructura social dividida en clases, además de reproducir discriminaciones que tienen que ver con cuestiones relacionadas al género, a la raza y a la clase, entre otras.

La globalización entendida como el reconocimiento de la multiplicidad, dentro de este contexto se ve opacada- que no quiere decir que no exista-, por la cosmopolitización americanizada del mundo, por la estrategia política que llamamos anteriormente globalismo. La ideología del globalismo ha penetrado con éxito en la televisión mexicana,

¹⁰⁵ Giovanni Sartori, *Homo Videns: la sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998, p., 26

en donde se refleja un Estado impulsor, y devoto creyente de la fe neoliberal, que a su vez luce debilitado ante la presencia del gigante de dos cabezas Azteca-Televisa.

La magia a través de la pantalla se hace presente, cuando desaparece las clases, o mejor dicho las nivela, aquí todos son atendidos por igual, todo mundo se hace potencial consumidor y nadie tiene negada la entrada al inmenso mercado televisivo, está en nuestras manos elegir un canal u otro, ó bien, ser atentos espectadores del inmenso catalogo de artículos que nos invita a elegir el de nuestra preferencia. Es la democratización del mundo de frente a nuestros ojos, es el respeto a la diversidad de elección hecho carne.

El discurso de la libertad de consumo se hace presente y deja de lado el que tiene en cuenta la necesidad de democratizar al espectro televisivo, con la apertura de espacios que posibiliten la inserción de proyectos autónomos y alternos, que sugieran la presencia de una pantalla plural para ofertar al mundo de vida mexicano.

5.5. UNIDAD Y FRAGMENTACIÓN CULTURAL: ELEMENTOS DE UN MISMO PROCESO.

En este capítulo nos hemos dado a la tarea de complementar la tesis que sugiere el entendimiento de los medios como rectores hegemónicos de los procesos culturales a nivel mundial. En esta ocasión hemos creído oportuno acercarnos a quien sin duda es un referente en el tema: Louis Althusser. Autor que a través de su obra *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*, ha entendido a los medio de comunicación como instrumentos que posibilitan el sometimiento y control de las masas a través del poder simbólico, como mecanismos que garantizan y facilitan la reproducción de las relaciones de producción que en términos marxistas son en última instancia relaciones sociales basadas en la explotación. Esta aportación de Althusser ha sido sumamente cuestionada- por razones que veremos más adelante-, sin embargo no debe dejarse de lado la aportación que hace al abrir campos de discusión que hacen referencia entre otras cosas a la capacidad hegemónica de los medios, así como la importancia del rol ideológico que han asumido en la actualidad.

Nuestro interés por retomar algunas de las propuestas teóricas de este autor, es para analizar que tanta validez e importancia cobra en la época actual sostener la tesis de la existencia de una ideología dominante que a través de un discurso hegemónico es capaz y responsable de reproducir y legitimar la existencia de relaciones sociales asimétricas. Pretendemos reconocer en este apartado las capacidades hegemónicas de los medios masivos que en nuestro caso particular es el televisor, pero sin dejar de lado y considerar que esta interpretación si se lleva demasiado lejos puede ser incapaz de explicar la diversidad de pautas culturales que se expresan en la era moderna, así como subestimar la capacidad crítica y reflexiva del teleauditorio.

La apuesta que aquí se expone entiende que la investigación en el terreno de la comunicación masiva no está obligada a elegir entre fragmentación cultural o unidad ideológica, las culturas mediáticas en la época de la modernidad líquida consideramos, son capaces de producir ambos efectos como parte de un mismo proceso y el reto deriva en descifrar de que manera se han logrado conjugar formas culturales que reflejan unidad y fragmentación, atomismo social y hegemonía ideológica.

5.6. ALTHUSSER Y LOS APARATOS IDEOLÓGICOS DEL ESTADO.

Althusser inicia su estudio sobre los Aparatos Ideológicos del Estado, desde una premisa básica del estudio de Carlos Marx sobre el capital, toda formación social tiene que reproducir las condiciones de producción al mismo tiempo que produce, en caso de no hacerlo su disolución será un hecho que no dilatará demasiado en manifestarse. En otras palabras se puede decir que la condición final de la producción es la reproducción de las condiciones de producción del modo de producción dominante.

La consolidación de las formaciones sociales derivará entonces de su capacidad de que al mismo tiempo que producen y para producir deberán darse a la tarea de reproducir las condiciones de su producción. Para lograr lo anterior la producción se sujeta al imperativo de reproducir los medios de producción, es decir, las condiciones materiales de su producción, condición que no se lograría sin la reproducción de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción existentes.

Nuestro superficial recorrido sobre el rededor de esta premisa marxista tiene la finalidad de arribar a la explicación de las dos últimas categorías de análisis enunciadas (qué son las fuerzas productivas y cuáles son las relaciones de producción), que se vuelven para el estudio de Althusser su punta de lanza.

Para iniciar una interpretación de esta categoría de análisis, es necesario señalar que a diferencia de la reproducción material de la producción, la reproducción de la fuerza de trabajo es un proceso que se desarrolla en lo esencial fuera de la empresa, y el medio material que permite su reproducción fuera de ella es el salario. El salario representa sólo una parte del valor producido por la fuerza de trabajo en el proceso de producción y su materialización “debe garantizarle” al trabajador asalariado su reproducción traducida en: alimentación, vivienda, vestido, sostén familiar, etc. Es importante señalar que la reproducción de la fuerza de trabajo no sólo debe ser cubierta en el terreno biológico, sino también debe ser entendida en su dimensión variable en términos históricos, en la época actual pudiera entenderse como la posibilidad de comprarse una computadora, un televisor, asistir al cine, beber cerveza, asistir a algún evento deportivo, etc. Sin embargo, Althusser considera que su reproducción no sólo se logra en cuanto tal sino que la fuerza de trabajo debe ser competente, requiere cierta preparación para entender los a veces “complejos” procesos de producción. Es decir el desarrollo de las fuerzas productivas está históricamente determinado y debe responder a las exigencias de una división socio-técnica del trabajo.¹⁰⁶

A diferencia de otras etapas históricas el proceso de aprendizaje que posibilitará la inserción al proceso productivo del proletariado se dará en instituciones e instancias fuera del lugar de trabajo, fuera de la producción, esta instancia vendrá a ser la escuela. El ámbito educativo para Althusser se dará a la tarea de enseñar ciertas habilidades, un *savoir-faire* que permita el buen desempeño de los trabajadores asalariados en el ámbito laboral. Pero al mismo tiempo la escuela proporciona ciertas reglas del “buen” uso, reglas del respeto a la

¹⁰⁶ Es importante señalar que los procesos de producción a los que hace referencia Althusser pueden ya no responder al contexto actual en donde a éstos los caracteriza su automatización más que ninguna otra cosa.

división social-técnica del trabajo, en resumen, el respeto a las reglas del orden establecido bajo una dominación de clase.

Para Althusser la reproducción de la fuerza de trabajo “se asegura en y bajo las formas de sometimiento ideológico” legitimando un orden que sostiene relaciones sociales basadas en la explotación del hombre por el hombre.¹⁰⁷

Es importante señalar que la interpretación althusseriana sobre el papel de la escuela como instrumento de dominación se ve sumamente limitada para dar razón de la lógica relativamente autónoma que cobra una esfera como la educativa en especial en niveles superiores, en donde se posibilita la creación, revisión y cuestionamiento constante del conocimiento, siendo en muchas ocasiones la instancia impulsora de movimientos sociales que cuestionan los procesos de control y sometimiento ideológico y que dan cuenta de la existencia de individuos que no son sólo la traducción y expresión automática del discurso de una minoría burguesa en el poder.

Los conocidos y nombrados por Althusser aparatos ideológicos del Estado tendrán la tarea de ejercer el sometimiento ideológico que permitirá la reproducción de la fuerza de trabajo, y deben según él, distinguirse de los aparatos de Estado: gobierno, administración, ejército, policía, prisiones, etc., que constituyen la dimensión de su capacidad represora. Los AIE se presentan bajo una forma de instituciones distintas y especializadas, estos son: el religioso, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, *de información* (entre los cuales se encuentran la prensa, radio, *T.V.*, etc.) y cultural.¹⁰⁸ La diferencia que resulta de los aparatos de Estado y los AIE, es que a estos últimos su unidad y coherencia como parte de un mismo proceso no es tan visible, no es tan fácil evidenciarla.

Otra diferencia importante es que el autor al que hemos hecho referencia en este apartado sugiere que los aparatos represivos de Estado pertenecen al ámbito público, mientras que los AIE pertenecen al privado. La pregunta que surge inmediatamente de esto es, bajo que argumento se sostiene que una instancia que se concibe como privada puede considerarse

¹⁰⁷ Althusser Louis, *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*, ediciones quinto sol, México, 2004, p., 15.

¹⁰⁸ Ídem, 28.

aparato ideológico de Estado. Althusser lo resuelve retomando a Gramsci, de la siguiente manera:

“La distinción entre lo público y lo privado es una distinción interna del derecho burgués, válida en los dominios (subordinados) donde el derecho burgués ejerce sus ‘poderes’. No alcanza al dominio del Estado, pues éste está ‘más allá del Derecho’: el Estado que es el Estado de la clase dominante, no es ni público ni privado; por el contrario, es la condición de toda condición entre público y privado.”¹⁰⁹

Ubicándose el Estado como instancia última que garantiza a través de su poder e instrumentos- no importando si son de carácter público o privado- la consolidación de una clase en el poder -burguesía-, podemos entender entonces una diferencia que es central para este autor entre los aparatos antes mencionados; los aparatos represivos funcionan a través de la violencia, mientras que los otros por medio de la ideología. Siendo evidente que ningún aparato puede ser puramente represivo ó ideológico realizan un doble funcionamiento en el que dependiendo el caso, recargan su poder en la represión y sólo manera secundaria en la ideología, y viceversa.

Para finalizar, retomaremos una premisa que resulta fundamental para dar un cierre a la explicación del funcionamiento de los aparatos ideológicos de Estado de Althusser: cómo es posible la reproducción de las relaciones de producción.

La reproducción de las relaciones de producción se garantizan por la presencia de la llamada superestructura compuesta por las instancias jurídico-política e ideológica. El papel del aparato represivo del Estado es asegurar por la fuerza las condiciones políticas de la reproducción de las condiciones de la producción que como lo mencionamos anteriormente son en última instancia relaciones sociales basadas en la explotación.¹¹⁰ El Estado no sólo

¹⁰⁹ Ídem, 29.

¹¹⁰ Recordemos que gran parte de la teoría marxista clásica se dio a la tarea de representar metafóricamente la estructura del entramado social con la figura de un edificio formado por una base llamada infraestructura que da cuenta de la ubicación del campo económico como instancia que determina al todo social, levantándose sobre ella los dos pisos que dan vida a la superestructura- jurídico-político e ideológico-con relativa autonomía en tanto que la base no sea modificada, ya que es en última instancia la que los determina. Ídem, 17-19.

posibilita su propia reproducción, sino que garantiza y propicia las condiciones políticas para la actuación de los AIE, que a través del uso de la violencia simbólica y la creación de falsas representaciones de la realidad que presenta a los individuos, entendida como ideología, asegura el dominio de la clase dominante que ostenta el poder del Estado, la burguesía.

Este muy breve análisis de la concepción altusseriana sobre las formas de control y dominación reproducidas por la ideología en el sistema capitalista nos permite abrir nuevamente la discusión sobre un debate muy socorrido pero no por eso innecesario, que expresa la pertinencia de explicar de que manera la llamada cultura hegemónica tiene presencia e influencia en la dinámica de vida del México actual. Aunque para muchos es un tema muy gastado y pasado de moda, creemos necesario abrir su discusión siempre que se aborden temas que tomen en consideración el estudio mediático, que lleva inscrito en última instancia el debate sobre su presencia como instancia de poder. Aunque sea para muchos un tedio analítico, hemos creído oportuno una vez más entender la relación existente y constante en la que se involucran las formas simbólicas y las estructuras materiales.

5.7. ALGUNAS CONSIDERACIONES CRÍTICAS HACIA LA TEORÍA ALTHUSSERIANA.

Es importante señalar que la manera en que se ha abordado el tema del control y legitimación del *status quo* por medio de la ideología instrumentada por los medios de comunicación – entre otros- ha caído en muchos excesos, así como la manera de concebir el grado de cohesión ideológica lograda a través del discurso elaborado por una clase en el poder. Por un lado se encuentra el argumento que supone que el televidente se desenvuelve subsumido bajo el poder de una falsa conciencia que le ha sido impuesta en un mundo que es sólo una representación creada y que lo aleja de lo verdaderamente real; y por otro lado los que suponen el regreso omnipotente del individuo en donde la apertura del significado de los textos le posibilita al televidente manipularlos a su antojo, subestimando con esto el poder hegemónico de los medios de comunicación, que en nuestro caso es el televisor.

Hemos considerado que el estudio de Althusser nos permite a través de su revisión crítica poner límites a la concepción totalizadora de los procesos ideológicos, proporcionándonos a su vez herramientas que evidencian las nuevas formas en que experimentamos la adopción y recepción de una variedad de mensajes desconexos que en algún punto llegan a encontrarse, aunque no necesariamente.

A continuación intentaremos ver como las experiencias de fragmentación y unicidad no son excluyentes, tratando de evidenciar que de no ser entendidas como parte de un mismo proceso sus aportaciones al estudio y explicación de los nuevos procesos culturales enmarcados en el debate mediático, pueden ser estériles. En las líneas siguientes realizaremos algunas observaciones a los que consideramos los puntos débiles de la teoría althusseriana combinándolas con aportaciones que permitan entender de qué manera se resuelve el proceso dialéctico de unicidad y fragmentación cultural.

La primera deficiencia que salta a nuestra vista en este momento tiene que ver más con el contexto que enfrentó Althusser, el cual le exigía desarrollar su estudio dentro de los límites tan marcados que envolvían al Estado-nacional, situación que de ser pasada por alto para una revisión actual, sesgaría severamente cualquier conclusión referente al poder de los instrumentos de control ideológico. Independientemente de carencias analíticas, el estudio presenta para nosotros una primera limitante al no alcanzar a vislumbrar y percibir con claridad la exigencia actual de analizar al famoso Leviatán a la luz de su inmersión en un contexto global cada día más imbricado, donde el fluir global de la información es posible por la intervención y aparición de nuevos instrumentos de comunicación mundial como es el Internet, los sistemas de televisión satelital y de cable entre otros, además de presentarse un fenómeno – que llamamos anteriormente globalismo- que desdibuja y saca poco a poco del rol protagónico del panorama mundial al monstruo de traza bíblica que nos mostrara el filósofo inglés Thomas Hobbes.

En otras palabras, la interpretación althusseriana sobre el estudio de los medios ha quedado rebasada cuando entendemos que vivimos en lo que Scott Lash definió como la era de la información. Aquí, según el autor, el capital se acumula y la información en cambio circula,

“remolinea, bombardea”. Lash considera que en su carácter de activos, medios acumulados de producción, el capital se encuentra en zonas específicas, y aunque comienza a parecerse a la información en su ubicuidad global, éste no tiene la capacidad de bombardearnos en cada espacio de nuestro ámbito de vida; en nuestro trabajo, escuelas, calles, plazas, en nuestros hogares. La información en cambio, es mucho más anárquica de lo que la concibió Althusser circunscrita a los marcos del Estado-nacional.

“El capital es regulado por la mano invisible del mercado o por otros modos de gobierno. La información escapa con mucha frecuencia a la lógica de los mercados. Está en todas partes al mismo tiempo, y es gratis. El monitor de nuestra computadora y de nuestro teléfono móvil inalámbrico puede brindarnos oportunidades en los mercados. Pero son mucho más que mercados. A ellos llega toda clase de información que no respeta las leyes de la oferta y la demanda. La información puede ser ingobernable.”¹¹¹

Sin embargo, es necesario señalar que el caos de la información a pesar de todo posee un cierto orden. La información de acuerdo con Lash, se ha ordenado a través de “las leyes de propiedad intelectual” por medio de lo que previamente entendimos como las grandes Marcas. Las marcas se han convertido en marcos que se imponen desde afuera

“La marca tiene su base en la propiedad intelectual [es una marca registrada] un logo, un diseño que ya es reconocido en el ámbito público, marca el espacio que deja a otros afuera. La marca proporciona cierto orden al caos de los flujos de la información y comunicación. Contribuye a ordenar *en* flujos lo que en otras circunstancias sería una difusión caótica.”¹¹²

La sociedad de la información entonces, nos permite entender que los Estado-nacionales están asumiendo un nuevo rol y han sido penetrados en sus fronteras por un dinámico flujo global de una amplia variedad de material semiótico. Esperando haber dejado claro lo anterior, pasamos a una segunda consideración. La tesis de una ideología dominante como la

¹¹¹ Scott Lash, op. Cit., p. 252.

¹¹² Scott Lash, op. Cit., p. 253.

presenta Althusser muestra una tendencia que reduce al sujeto a “un efecto de discurso” considerando que la lectura de cualquier contenido mediático será asimilada de la misma manera por cualquiera que sea expuesto a él, además de sobreestimar la capacidad de coherencia de los mensajes simbólicos emitidos por un grupo en el poder. Como señalan Fiske y De Certeau la paradoja central de la modernidad deriva en que “cuanto mayor es la información que el bloque en el poder produce, menos capaz es éste de gobernar las distintas interpretaciones que hacen de aquella los sujetos socialmente situados”.¹¹³

El contenido de esta sobrecarga informativa a la que estamos expuestos hoy en día, como lo vimos en capítulos anteriores tiene la particularidad de no ser precisamente un discurso que a cada instante evidencia el deseo del gran capital por controlarlo todo. El contenido de la información que se expone en los medios (en nuestro caso la TV) tiene un carácter efímero, los sucesos noticiosos son breves y en muchas ocasiones aparecen sueltos, son como dice Lash: *faits divers*. Son un collage de particulares que saturan el espacio de información.

“En el contexto de la ciudad informacional, con abundante presencia de marcas, los bienes, los estilos de vida y el diseño son efímeros. La duración es breve. La rotación es rápida. La música funcional es información; los anuncios en el cine, en la televisión e Internet son información, aunque no sean en absoluto didácticos y se basen en la imagen [...] Los bienes de consumo de acelerada rotación son información. Y a decir verdad, los productos de marca son los que tienen una naturaleza más cercana a la información. Sobre otros productos, como las turbinas, no sabemos nada. Estamos destinados a lo que Giddens llama sistemas expertos. Sobre los bienes de consumo de rápida rotación, los productos de marca, sabemos mucho. Todos somos expertos.”¹¹⁴

Esta sociedad de la información a la que le ha definido Scott Lash, es una era más compleja de la que describió Althusser. Este nuevo estadio social, ha exigido por un lado una nueva flexibilidad al desarrollo de las fuerzas de trabajo en los procesos productivos, en donde se valoran la información más que en cualquier otra etapa histórica. Sin embargo, lleva dentro de sí, a través de la circulación mundial de la información procesos que saturan al individuo

¹¹³ N. Stevenson, op. cit., 149.

¹¹⁴ Scott Lash, op. Cit., p. 246.

de información, que está lejos de informarlo. Es una etapa histórica que aprovecha los bienes del orden de la información, siendo al mismo tiempo debilitada por los males de ésta: “...la esencia de la información no es la desinformación sino el par contradictorio e insoluble de información-y-desinformación, en el cual cada uno de los términos se convierte con igual facilidad en el otro.”¹¹⁵

La nueva variedad de opciones mediáticas a las que tienen acceso los individuos en esta sociedad desinformada de la información nos permiten entender de manera distinta las formas tradicionales de producción cultural instrumentadas desde el Estado. Los desarrollos de las tecnologías han fragmentado sin duda a las audiencias, además de que se han puesto frenos de alguna manera, al grado en que los medios pueden ser utilizados como una forma de control dentro del perímetro que dibuja la silueta del Estado-nacional. Los límites sin embargo, no responden tanto a una apertura mediática como a una posibilidad de acceso a escuchar distintas voces.

Como lo hemos reiterado, el flujo de información ha desbordado la capacidad que tienen los Estados-nacionales para controlarla fijándose así límites a una imposición ideológica desde arriba, queriendo decir con esto que la proliferación de productos mediáticos ha hecho que las estrategias de control y manipulación sean más complejas de lo que se suponía anteriormente. Eagleton, considera que el papel político del televisor puede entenderse desde ángulos complementarios a los que lo definieron como Aparato Ideológico

“... en el hecho de pasar mucho tiempo mirando televisión, no es el efecto ideológico que ejerce en el espectador lo que tiene más importancia política; probablemente sea más decisivo que, mientras mira televisión, la gente no se compromete en una actividad política más seria [...] la televisión es más una forma de control social que un aparato ideológico”¹¹⁶

No omitimos señalar que la existencia de una cultura global hegemónica es incuestionable, pero en lo que insistimos en hacer énfasis, es que los procesos de difusión van acompañados

¹¹⁵ Scott Lash, op. cit., p. 260.

¹¹⁶ N. Stevenson, op. Cit., 144.

de mecanismos de apropiación reflexiva por parte de la audiencia que se traducen en modos diversos de hacer uso de la cultura que no son necesariamente los prescritos por sus hacedores. La sensación de enfrentar una amplia gama de posibilidades de elección proporcionada por la saturación de información ha obligado al individuo a asumir una postura más reflexiva ante ellos. Como lo señala Gleizer la conciencia contemporánea tiene la particularidad de estar despierta, tensa y de ser *racionalizadora*, proceso que sin embargo se conjuga constantemente con el sueño de encontrar por diversos medios la forma de arribar al *american way of life*, o bien con la búsqueda de la felicidad no alcanzada por el proceso modernizador a través de un inmenso recetario repleto de soluciones posibles.

La complejidad de entender a la pantalla radica precisamente en la percepción que brinda de disparar una gran cantidad de mensajes que se contradicen y reconcilian de un momento a otro, provocando en el espectador la sensación de un teórico sin fin de posibilidades que se abren frente a él para la realización de su elección y de las cuales ninguna le garantiza ser la correcta o al menos la verdadera. Se podría caer en un error interpretativo grave el querer traducir en automático la existencia de un solo discurso unificador del todo social que se inserta en cualquier rincón sin ninguna restricción, o mejor dicho, sin la presencia de variaciones interpretativas que los espectadores hacen de la información que reciben. La existencia de diversas ópticas sobre un punto informativo de los *mass media*, es reflejo del carácter hermenéutico sobre el que se desarrolla la gnoseología societal. Los televidentes no necesariamente realizan una lectura unificada y unidimensional de los contenidos de TV, sus lecturas pasan y son diversas cuando entendemos que los televidentes se ubican en distintos terrenos espacio-temporales que de alguna manera determinan sus visiones del mundo.

Es necesario señalar que a pesar de la existente variedad de medios de información que proporcionan una amplitud simbólica y de opciones para la realización de la experiencia del individuo, en nuestro país la manera de apropiarse y acercarse a ellos es sumamente desigual, situación que responde a fenómenos de índole cultural y económica. Además de que la televisión -asumida en este estudio como el principal medio de información y entretenimiento a la mano en México- no ha representado necesariamente una variedad de mensajes dentro de la pantalla. Su sumisión tecnológica que le exige comprimir el mensaje

convirtiéndolo en un *bit* que sólo genera ruido; la armonía en que su estructura se ha relacionado con las estructuras del poder institucionalizado además de las ideológicas; así como su manera de “rivalizar en conformismo” -entre televisoras- que como lo mencionamos anteriormente en vez de diferenciarse se superponen, han vuelto a la pantalla televisiva en nuestro país un crisol sin muchos matices y con opciones para la realización de la elección verdaderamente escasas. Sin olvidar que como lo mencionamos anteriormente, la complejidad reducida no significa complejidad excluida, sino complejidad elevada porque a pesar de que el televisor cierra una infinidad de caminos teóricamente posibles abre otro número de posibles senderos de elección.

La propuesta althusseriana entonces, viene a chocar precisamente con esta capacidad reflexiva de los seres humanos al considerar su incapacidad de gobernar una realidad que en definitiva es manipulable, la ideología entendida de esta manera ha convertido a los seres humanos en sujetos que se reconocen erróneamente como seres autónomos cuando en realidad son sujetos formados a través de procesos sociales y psíquicos. Esta manera de entender la ideología desde la perspectiva de Althusser nos pone en una relación imaginaria con nuestras condiciones reales de existencia, es decir, está *pre-reflexivamente* enlazada con el orden social dominante, siendo nuestras prácticas materiales el reflejo de una producción de los aparatos ideológicos del Estado. Thompson señala que las formulaciones de este autor sólo reducen la acción humana al nivel de estructuras sociales pre-programadas, además de que como lo señala Perry Anderson, su determinismo estructural impide realizar un análisis que tome en consideración nociones como la de la lucha de clases. Se vuelve necesario entonces, señalar una vez más que cualquier perspectiva marxista debe tomar en cuenta que es cierto que los seres humanos se desenvuelven en condiciones que no eligen, pero que a pesar de ello son capaces de actuar de manera reflexiva y creadora para modificar sus condiciones sociales de existencia.

Ahora bien, el mérito de Althusser radica sin duda en no perder de vista que las sociedades capitalistas occidentales reproducen a través de su orden institucional relaciones dominantes y la televisión aún regulada por ordenes de carácter nacional y estatal deja sentir fuertes ráfagas informativas en donde la coherencia de sus mensajes luce por momentos lo

suficientemente engrasada como para no descartar de lleno la posibilidad de entender al fenómeno televisivo como la posesión y expresión de un sector que vive perfectamente relacionado con el poder, que reproduce y legitima relaciones sociales sostenidas por la explotación, despojo y racismo, además de ser un sujeto políticamente activo que apuesta a diario por conservar su nicho privilegiado en el panorama local y con vistas de ejercer su influencia a nivel transnacional. La aportación de Althusser, junto con otros teóricos como Habermas o Bourdieu, han evidenciado que la compatibilidad entre las estructuras materiales y simbólicas del televisor con el mundo moderno son la expresión de un contexto histórico donde la burguesía ha entendido como ahistóricos y desinteresados su estilo de vida y sus formas culturales de producción. Donde el poder simbólico subyacente en los contenidos mediáticos reproduce constantemente que el *habitus* de la clase obrera es inferior al de la clase dominante y además lo reconoce como natural. Aunque es necesario señalar que este poder que se materializa por medio de la violencia simbólica no es simplemente el producto de un plan trazado concienzudamente, Bourdieu señala:

“...**el poder simbólico** es un poder de construcción de la realidad que tiende a establecer un orden gnoseológico: el sentido inmediato del mundo (y, en particular, del mundo social) supone lo que Durkheim llama el conformismo lógico, es decir una concepción homogénea, del tiempo, del espacio, del número, de la causa, que hace posible el acuerdo entre las inteligencias [...] **la violencia simbólica** es una violencia que se ejerce con la complicidad táctica de quienes la padecen y también, a menudo, de quienes la practican en la medida que unos y otros no son conscientes de padecerla o practicarla”¹¹⁷

Esperando haber logrado matizar y conjugar la dicotomía unidad-fragmentación, es necesario dejar abierto el debate que considere que las nuevas formas tecnológicas dentro de la etapa líquida moderna han reestructurado y revolucionado la manera de entender las nociones de tiempo y espacio, situación que refleja y posibilita que sucesos lejanos y múltiples pasen a ser parte de la vida cotidiana, provocando que el contenido de los medios modernos asuman formas que reflejan un efecto collage.

¹¹⁷ Las negritas son nuestras.

CONCLUSIÓN

***“Que cada hombre diga su verdad,
y que la verdad misma sea encomendada a Dios.”***

Hannah Arendt.

La televisión es un espectro que a partir de su aparición y recepción eufórica se fue consolidando de a poco en el mundo de vida del México moderno hasta llegar a posesionarse como nuestro acompañante fiel. Si, un acompañante, pero que desde sus inicios mostró indiferencia por las voces de su auditorio, instalándose delante nuestro como un ente que literalmente no ve ni escucha, sólo nos lanza risas, caras bien lavadas y amables que nos dicen que todo va mal, pero irá mejor si tomamos una *coca-cola*. La influencia en nuestras vidas de la máquina televisiva se ha vuelto una muestra más de lo que sugiere Eduardo Galeano cuando dice que nos hemos vuelto *máquinas de nuestras máquinas*.

Durante el desarrollo de este trabajo nos dimos cuenta que cuestionar a la televisión implica cuestionar nuestros propios preceptos y valores, que cuestionar la televisión es cuestionar al mundo, un mundo que se rige bajo un sistema llamado capitalismo que se encuentra en proceso de transformación. Pero la dificultad real de su análisis radica en evidenciar la facilidad que posee para diluir y absorber los razonamientos que la cuestionan, devorados fácilmente por la lógica de su dinámica que presenta como ahistóricos y desinteresados los intereses de clase a los que responde, de los cuales nutre su fuerza y poder, y que además expresa en sus contenidos. Capacidad y poder adquiridos por su consolidación como sistema cerrado blindado en sus paredes por las herramientas proporcionadas por el mismo Estado y por las grandes industrias que la ven como a su mejor aliado.

Pero hablar de la comunión entre capitalismo y televisión conlleva entender que este tipo de organización social al igual que el ente mediático no siempre y en todas partes han sido los

mismos. A través de su historia el capital ha desarrollado diversas formas y el momento que nos correspondió abordar tuvo un rasgo peculiar, estar inmerso en una crisis profunda que ha vuelto vulnerables los supuestos de los que se nutrió durante casi tres décadas: el imperio desregulado del mercado en cada ámbito de la vida moderna. Este factor representó para nuestro trabajo algunas dificultades ya que la mayor parte fue desarrollado cuando el llamado neoliberalismo tenía el total respaldo de sus promotores. En la actualidad, con la crisis propiciada por los mismos elementos que lo fortalecieron muchos de sus defensores han hecho una pausa y han redimensionado la importancia que debe asumir el Estado como rector de la economía de las naciones, cuestión que no implica el derrumbe del sistema capitalista como tal, pero sí su transformación y la entrada a un nuevo proceso de reconfiguración. Esto no quiere decir que nuestros argumentos hayan perdido validez o rigurosidad, sólo pretendemos contextualizarlos y mencionar que si bien es cierto que el sistema se encuentra sumergido en una crisis, también es cierto que este acontecimiento en sí mismo no ha producido un freno inmediato a la implantación de políticas neoliberales, ni un retiro del mercado en nichos centrales de la economía mundial y en el tema que nos compete mucho menos, por lo menos en el caso mexicano.

Otra de las dificultades que enfrentamos al abordar nuestro objeto de estudio fue el hecho de que la información que surgía en torno a él, en lo que respecta a su dimensión política parecía muchas veces desbordarnos y de hecho lo hizo. De esta información acumulada bien hubiéramos podido desarrollar otro trabajo como el aquí presentado, pero como no era nuestra intención estudiar puntualmente la relación del televisor con la clase política creímos oportuno dejar pasar algunos hechos que consideramos no son vitales para entender el desarrollo televisivo en México desde una perspectiva histórica. Empero, al estudiar los estrechos vínculos del poder televisivo con el político, aunado a la investigación de diversos estudios televisivos pudimos observar que el televisor aunque como subsistema del sistema social genera una dinámica propia, también ha desarrollado un andar que parece estar en plena concordancia con las lógicas de funcionamiento del sistema capitalista y que en su estadio actual se caracteriza por el imperio de la lógica de mercado en su funcionamiento, el carácter flexible de sus programas y contenidos, así

como la presencia de un discurso que prepondera la construcción de los proyectos individuales sobre los colectivos.

La industria televisiva comercial mexicana conocedora de los grandes frutos y pocas responsabilidades que representa este “nuevo” orden basado en la ley de la oferta y la demanda ha guiado sus senderos bajo la guía suprema de la maximización de las ganancias y la reducción de los costos a costa de lo que sea y de quien sea, con la plena complicidad del Estado. La máxima del “dejar hacer-dejar pasar” se volvió la manera más “conveniente” de negociar con el televisor ante lo desgastante y “peligrosa” que resultaría para el gobierno la tarea de un debate serio en torno a una nueva regulación del televisor, además de volverse la estrategia económicamente más rentable para este último. Como señala Dominique Walton en su libro *Elogio del gran público*, ante la poca conveniencia y la falta de seriedad en cuanto a la apertura de un debate en torno a la necesidad de la construcción de una televisión a la altura de una sociedad democrática, el sistema político optó por liberar al televisor de los “demonios del dirigismo” aparentando con ello una apertura política hacia temas como la libertad de expresión, permitiendo a su vez estrechar los acuerdos sostenidos entre ambas partes. Qué mejor manera de matar dos pájaros de un tiro.

Estamos consientes de que el hecho que el televisor tenga como meta suprema la consecución del *rating* no es un problema en sí mismo, ya que al fin y al cabo la televisión es una industria que depende de éste para que sus anunciantes inviertan dinero en ella. Como dice Walton, es una industria cultural, pero industria al fin, sometida a las leyes inherentes del mercado del cual tiene que extraer su sustento. Lo que resulta problemático de este hecho es que su objetivo guía sea la consecución de éste, con la ausencia de límites y responsabilidades básicas como el derecho de réplica o la veracidad de su labor informativa que pasa por encima e ignora sin mayor restricción. Lo importante es que la empresa marche, lo demás sólo se vuelve algo secundario, la televisión como dice el escritor citado arriba “santifica las virtudes irremplazables del mercado como si finalmente fueran los únicos valores básicos”.

Sin embargo, es necesario señalar que la búsqueda obsesiva y sin ninguna clase de escrúpulos del televisor por el *rating*, no sólo es el reflejo del “lógico” desarrollo de una industria inserta dentro de una economía de mercado. Lo que nos permitió entender este estudio, es que la televisión además de generar una dinámica similar a la del capitalismo, expresa en sus formas y contenidos la conciencia de una etapa histórica inédita para el ser humano que es caracterizada por sus maneras flexibles y desarraigadas de vivir la experiencia cotidiana. En el caso de la televisión el estado flexible se manifiesta cuando sus contenidos programáticos buscan diluir *los géneros* de TV, en el *gran género*. Autores como Walton señalan que el público televisivo en los inicios del televisor fue considerado sólo como un monolito, como un público indiferenciado, y una de las complejidades de su análisis derivó precisamente en el hecho de darnos cuenta con el paso del tiempo de que si bien la televisión dirige al “gran público, hay muchos públicos que la miran”. Este hecho implicó el reconocimiento de públicos segmentados y diferenciados que se posicionan frente al televisor desde distintos ámbitos situacionales, además de filtrar la información que se les proporciona de maneras no necesariamente iguales. Un acierto de importancia a considerar por parte del autor, empero, deja de lado el análisis del gran reto que supone y a puesto en práctica la industria televisiva por flexibilizar el contenido de los géneros televisivos. Mucho se habló no sólo acerca de la existencia de un público diverso, sino también de la respuesta mediática a ofertar programas con contenidos “especializados” y destinados a públicos específicos, pero desafortunadamente para el televisor eso no bastó para acaparar la atención de una audiencia con cada vez más posibilidades de acceso a otras alternativas de información y entretenimiento, su apuesta según pudimos entender a través de su estudio fue y sigue siendo la búsqueda de la creación de un género televisivo capaz de diluir todos los géneros. Esta cuestión implica la flexibilización del contenido de TV procurando se de cabida para la información y entretenimiento en un solo programa a; hombres, mujeres, niños, adultos, ancianos, universitarios, obreros, y así alcanzar el sueño de construir el *gran género*.

Pero lo que se ha modificado no sólo es la estructura de sus programas que no necesariamente reflejan el estado de las cosas de una época histórica que entendemos diferente. El estudio de la televisión desde la perspectiva de la modernidad líquida nos

permitió entender a sus contenidos como la expresión de una etapa histórica que exige y ha impreso en nuestras conciencias una disposición al cambio constante, haciendo de nociones como la incertidumbre y el desarraigo elementos con los que nos desenvolvemos en el día a día. Es así que los programas en TV invocan no con poca frecuencia el deseo continuo a la renovación humana, esa sensación que nos invita y exige la transformación constante como bien lo expresan los sonidos mediáticos al decir; “el que no se renueva está destinado a morir” o mejor dicho el que no se renueva pierde la oportunidad de vivir “el sin fin” de experiencias que pone delante nuestro la etapa líquida de la era moderna. El cambio se vuelve sinónimo de progreso, no importa reflexionar sobre lo oportuno de éste, lo importante es “no estancarnos”, la renovación constante es lo que nos hace “verdaderamente modernos”. No hay que arraigar como señala Bauman compromisos demasiado duraderos que nos restarán fuerzas, dinero y tiempo, lo ideal es poder construir relaciones que no nos aten a ellas, o al menos, no más tiempo del que nos puedan ser útiles. La flexibilidad de nuestras decisiones se vuelven la clave de “los triunfadores” y debemos ser lo suficientemente hábiles para adaptarnos al cambio que se puede presentar de un momento a otro.

En lo que respecta al tema de la construcción de identidades y las voces televisivas, se vuelven fenómenos que asumen este mismo carácter líquido al que le resulta casi imposible mantener una silueta uniforme. Se presentan como hechos que excluyen de sus terrenos la discusión sobre compromisos éticos y morales. Los protagonistas y presentadores de TV se desprenden de ellos como quien cambia de ropa de una escena a otra, hoy se habla en nombre de la rebeldía y mañana de lo importante que es no desviarnos de las reglas de juego que imprime el sistema. En la televisión los constantes cambios, y la flexibilidad de sus contenidos dejan sin memoria a la palabra, a nadie le importa, como de hecho pasa fuera de ella.

La dinámica televisiva vuelta un reflejo de lo real que no necesariamente torna reales sus contenidos, se vuelve un pregonero de un estilo de vida que exige a los individuos volverse constructores de sus propias identidades y proyectos de vida, convirtiéndolos en absolutos responsables de los triunfos o fracasos de sus decisiones. Cabe señalar que este hecho no necesariamente responde a la elaboración de un plan maquiavélico comandado por los

hacedores de TV, como dice el sociólogo polaco Zygmunt Bauman; si la televisión guía al mundo es porque lo sigue. Las sensaciones de desarraigo, vulnerabilidad, inestabilidad, flexibilidad, inseguridad e incertidumbre son sólo productos de una nueva forma de relacionarnos y construir el mundo en un contexto que algunos llaman posmoderno, no productos fabricados en los estudios de TV, o bien, son la expresión de la racionalidad de un sistema capitalista que se nutre y puede reproducirse gracias a la existencia de dinámicas de vida caracterizadas por su volatilidad, adaptación y disposición al cambio constante.

El panorama histórico que pudimos observar durante el desarrollo del trabajo nos llevó a cuestionarnos si en verdad el mundo social se ha vuelto tan hostil para los individuos insertos en la etapa líquida de la era moderna, y de ser así, cómo hacen para manejarse y desenvolverse dentro de él. La respuesta que creímos haber encontrado es que los individuos se encuentran insertos en una etapa histórica que los enfrenta como nunca antes a experimentar procesos de saturación de información y desarraigo, factores todos ellos que ahora tienen que resolver por cuenta propia. Sin embargo, esta situación de vulnerabilidad y abandono no podría ser soportada por los individuos sin la existencia de las herramientas que Marcela Gleizer definiera como *estructuras de reducción de complejidad* presentes en las sociedades modernas complejas, que cumplen la función de circunscribir horizontes de sentido y certeza a los individuos, además de brindarles elementos que posibiliten la construcción de sus identidades ante lo que podría manifestarse como un panorama cargado de incertidumbres e inestabilidad que haría intolerable la misma vida.

Es necesario señalar que entender a la TV como una ERC aunque se vuelve un factor que permite reducir la complejidad, no la elimina, abriéndose nuevos campos que la sumergen en los temas relacionados con la saturación de la información convertida en ruido que no necesariamente informa; saturación también de información desconexa y contradictoria entre sí; así como la proyección de estilos de vida basados en una cultura de consumo que logran reducir el espectro electivo a través de las grandes *Marcas* que los convierten ahora en: estilos de vida de *Marca* de gran volatilidad. La vida dentro y fuera del televisor se vuelve una vida de vaivenes que encuentran en el liviandad y desarraigo su plena normalidad.

A manera de conclusión quisiéramos señalar nuevamente que el panorama que quisimos dibujar a lo largo de este trabajo y que busca de alguna manera comprender la situación en la que se encuentra actualmente el televisor y sus auditorios, ha mantenido siempre en el horizonte un punto que consideramos nodal para su análisis e interpretación, y es el que tiene que ver con la necesidad de evidenciar y tener siempre presente una gran carencia sobre la que se desarrolla el espectro radioelectrónico en México: la ausencia de voces, colores y matices en la realización de la misma. Es decir, consideramos que el hecho de señalar la existencia de una saturación informativa (o mejor dicho de mensajes), no es un argumento que baste para enunciar que el televisor y sus contenidos son plurales y dan cabida a todo y a todos, esto es, su saturación no se vuelve en automático un sinónimo de apertura y pluralidad. La televisión en México consideramos que está convertida en un bunker informativo al que sólo tienen acceso aquellos que se vuelven necesarios para sus intereses, y su apertura está encaminada sólo hacia los temas y contenidos que permiten su reproducción como industria. La voz y presencia de esos a los que el proyecto moderno hizo a un lado y de los que el capitalismo depende para existir y que algunos llaman desechos humanos, parias, lacras, ejércitos de reserva, emigrantes, refugiados, clandestinos o simplemente los de abajo, a esos, el televisor sólo los utiliza como objetos de escenografía que permiten dar un tinte más dramático a la espectacularización de sus contenidos. Las exigencias, voces y denuncias no siempre calladas de aquellos a los que Eduardo Galeano definiera como “los nadies”, se manejan a conveniencia, se ridiculizan o simplemente se ignoran.

La televisión como reflejo de la conciencia histórica moderna, se ha vuelto un enterrador y asimilador de creencias y estilos de vida. En TV, todo se vale siempre y cuando esté contemplado dentro de los códigos sistémicos, como dice Roitman: pensar es pensar en el sistema. Las verdades que no forman parte de la verdad televisiva que bien puede traducirse en la verdad sistémica, no tienen razón de existir y ser en el espacio del espectro radioelectrónico. La televisión en México ha negado y ha cerrado sus puertas a la diversidad de colores con los que se expresa el mundo, su voz intenta imponerse como la voz de todos y se ha convertido en una muralla mediática difícil de penetrar cerrado sus puertas al diálogo olvidando como señalaba Kant que: “sólo humanizamos lo que está

sucediendo en el mundo y en nosotros cuando hablamos de ello, y es al hablar que aprendemos a ser humanos”. Pero lo que nos resulta preocupante es que la televisión haya quedado sorda de tanto escuchar el resonar del dinero que la rodea, en una época donde la palabra y el diálogo tal vez sean la última y única vía para humanizar nuestra convivencia, así como para proyectar y crear nuevas formas de organización que respondan a las necesidades que no ha podido responder la actual.

Será sólo que el diálogo y la palabra han dejado de tener centralidad en nuestras vidas, y el televisor por tal motivo logra prescindir de ellas sin mayor dificultad. ¿En qué radicará el éxito del televisor como protagonista principal de nuestras vidas modernas? ¿Por qué a pesar de ser tan criticado y gozar de no muy buena fama logra mantener interesada en ella a una parte nada desdeñable de la población? Tal vez la respuesta que encontramos a estas preguntas se encuentra en entender que los individuos hemos visto en el televisor un refugio que llena nuestras soledades y vacíos, esas soledades y vacíos que ha traído consigo la actual etapa moderna. O tal vez, nuestra simpatía radica en que se ha convertido en nuestro mejor consejero del “cómo vivir bien y mejor” de acuerdo a las exigencias que imprime la dinámica capitalista hoy día. O es sólo que la necesidad de encontrar respuestas y explicaciones a la existencia por cuenta propia, nos exige mirarla y analizarla con detalle, y encontrar dentro de ella el cómo hacer para volvernos aunque sea por un momento igualitos a esas personas respetadas, valoradas y admiradas que son de por sí los artistas de TV, aquellos aparentes poseedores de la receta del éxito. O tal vez, es sólo que queremos aprender a reír como ella lo hace, bajo cualquier circunstancia y a cualquier hora, y aprender a llenar también nuestros vacíos de sus colores, aventuras, formas y emociones. Y si tal vez, el televisor sea sólo un buen pretexto del que queremos hacer uso para ser vistos, reconocidos y escuchados, en una época que no nos ve ni escucha... Tal vez sea nada o tal vez sea todo ello, pero es sólo un tal vez con ánimos de convertirse en conclusión...

BIBLIOGRAFÍA.

- ALTHUSSER, Louis. *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Quinto sol, México, 2004.
- ARFUCH, Leonor. *El espacio biográfico: dilemas de la subjetividad contemporánea*, FCE, Argentina, 2002.
- BARKER, Chris. *Televisión, globalización e identidades culturales*, Paidós comunicación, Barcelona, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. *La cultura como praxis*, Paidós estudio, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. *La globalización: consecuencias humanas*, FCE, México, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidad líquida*, FCE, Argentina, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. *La sociedad sitiada*, FCE, Argentina, 2004.
- BECK, Ulrich. *Libertad o capitalismo: conversaciones con Johannes Willms*, Barcelona, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. *Intelectuales política y poder*, ELDEBA, Buenos Aires, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1997, pp. 138.
- BERNAL, SAHAGÚN, Víctor (coordinador). *Espacios de silencio. La televisión mexicana*, Nuestro tiempo, 1998.
- DUSSEL, Enrique. *20 tesis de política*, Siglo XXI, México, 2006.
- GLEIZER SALZMAN, Marcela. *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*, Juan Pablos, México, 1997.
- GÓMEZ MONT, Carmen (coordinadora). *La metamorfosis de la TV*, Universidad Iberoamericana, México, 1995.
- IBÁÑEZ, Jesús. *Por una sociología de la vida cotidiana*, Siglo XXI.
- LASH, Scott. *Crítica de la información*, Amorrortu, 2005.
- NIKLAS, Luhmann. *Sociología del riesgo*, Universidad Iberoamericana, México, 2006.
- MARX, Karl. *Manuscritos, economía y filosofía*, Alianza editorial, Madrid, 1974.
- MARSHALL, MacLuhan /POWERS B.R. *La aldea global*, Gedisa editorial, Barcelona, 2005.
- OROZCO, Guillermo. *Historias de la televisión en América Latina*, GEDISA, Barcelona, 2002.

- POPPER Karl/ CONDRY John. *La televisión es mala maestra*, FCE, México, 1998.
- RAMOS, Arturo. *Globalización y neoliberalismo: ejes de la reestructuración del capitalismo mundial y del Estado en el fin del siglo XX*, Plaza y Valdés, México, 2002.
- ROITMAN ROSENMAN, Marcos. *El pensamiento sistémico: los orígenes del social-conformismo*, Siglo XXI, México, 2003.
- SARTORI, Giovanni. *Homo videns: la sociedad teledirigida*, México.1998.
- STEVENSON, Nick. *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Amorrortu editores, Argentina, 1998.
- VERDÚ, Vicente. *El estilo del mundo: la vida en el capitalismo de ficción*, Anagrama, Barcelona, 2003.
- VILLAMIL, Jenaro. *El poder del rating. De la sociedad política a la sociedad mediática*, Plaza y Janés, México, 2001.
- VILLAMIL, Jenaro. *La televisión que nos gobierna: modelo y estructura desde sus orígenes*, Grijalbo, México, 2005.