

Alteración y Deformación de la Palabra y la Acción: El Mundo de la Imagen

Algunas consideraciones sobre la formación del sujeto

Massimo Desiato *

Resumen

Se analizan las funciones de la imagen y la palabra en la sociedad postmoderna, caracterizada por el dominio de lo visual, por la "hiperrealidad", y por una sobrevaloración de los medios de comunicación. La realidad ha pasado a ser el resultado de la imagen, y ésta es consumida en un mundo privado que ha dado origen a una cultura individualista cuyos valores son la privacidad, la libertad negativa y la intimidad. La televisión como medio audiovisual ejerce una hegemonía, que desplaza a la escuela, la iglesia y la familia, por lo que sus tareas deben reorientarse hacia la crítica y la capacidad de apropiarse de la cultura de masas.

Abstract

This essay analyzes the functions of images and language in postmodern society, characterized by the power of visibility, "hyper-reality", and by an overvaluation of mass media. Reality has become a result of the image, and this is consumed in a private world that has given birth to a culture the values of which are privacy, negative liberty, and intimacy. Television as audiovisual medium exerts a hegemony, displacing the school, the church, and the family; therefore, its tasks should be reoriented toward criticism and the ability to take hold of massive culture.

Resumen

L'auteur analyse les fonctions de l'image et de la parole dans la société postmoderne caractérisée par la domination du visuel par l'"hyper-réalité" et par un survalorisation des mass médias. La réalité s'est transformée en produit de l'image consommée dans le domaine du privé qui a engendré une culture individualiste reposant sur les trois piliers de la privacité, de la liberté négative et de l'intimité. L'analyse de la télévision, actuellement en position d'hégémonie face à l'école, la famille et l'église doit être réorientée sur un axe critique pour évaluer sa capacité de s'approprier la culture de masse.

* Profesor de la Escuela de Filosofía y del Postgrado de Comunicación Social de la UCAB. Investigador del Instituto de Estudios Filosóficos (CEF) de la UCAB e investigador asociado al CIC

¿Cómo podemos instalarnos dentro de lo que denominamos sociedad postmoderna? Esto es, ¿cuáles han de ser las estrategias adecuadas para enfrentar esta situación, convirtiéndonos en sujetos capaces de ejecutar acciones humanas significativas? El mundo postmoderno es un mundo donde la palabra racional entra en crisis, un mundo dominado por la imagen. A este dominio de lo visual, el sociólogo francés Jean Baudrillard lo llama *hiperrealidad*. Hay hiperrealidad cuando lo que vemos en una imagen nos parece más real que lo que vemos en la misma realidad. Y lo más grave del asunto es que hablamos en un mundo, pero vemos en otro. Ciertamente, la imagen es simbólica, pero no tiene las propiedades semánticas de la lengua: es, por así decirlo, la infancia del signo.

Ahora bien, a partir de lo anterior, ¿en qué sentido la imagen se opone a la palabra y desde allí cómo impide el dominio de la imagen la formación del sujeto? Para responder a esto, debemos analizar el papel que la imagen cumple y ha cumplido en la historia de occidente. Es conocido el cuento de un emperador chino que pidió un día a su primer pintor que borrara la cascada que había pintado al fresco en la pared de su dormitorio porque le impedía dormir. ¿Exageración? Quizás sí, pero quizás no. Pues la imagen tiene el poder de reemplazar a lo real y de hacernos entrar tan radicalmente en el mundo de la ficción que esta última ya no se distingue de lo real.

Pero las imágenes no perturban solamente. El gran arquitecto del renacimiento florentino, León Battista Alberti, piensa en las imágenes como un medio para apaciguar los espíritus inquietos. Así, pues, la imagen perturba, pero también tranquiliza, lo que equivale a decir que de ella puede hacerse tanto un uso crítico como un uso narcotizante. En este último caso, la imagen puede transformarse en el "opio de los pueblos".

Las imágenes, no obstante, no se presentan solas. Cómplice, nuestra mirada las sostiene. Si es verdad que las imágenes educan nuestra mirada, también es cierto que nuestra mirada puede condicionar las imágenes: educación recíproca, entonces, donde la mirada y la imagen se envuelven mutuamente. ¿Qué es la imagen? Un espectro, pero también, quizás, un reflejo nuestro, un doble o sosias. A la vez, las imágenes forman los hábitos, son ejemplos y en cuanto tales ejercen buenas o malas influencias. No buenas y malas en sí, pero sí buenas o malas según la intención con la que las miramos. En todo caso, la mirada genera acción y reacción, o hasta pasividad. Pero, ¿cómo irrumpe la imagen en la historia de occidente?

Al principio la imagen fue el medio que el hombre empleó para vencer simbólicamente a la muerte. La muerte nos arrebató la visión de los seres que amamos y la imagen funciona entonces como un sustituto del rostro que nos ha sido arrancado. La imagen prolonga la vida. Pero la prolonga en un doble sentido, pues no sirve sólo para hacer presente a quien ha muerto, sino también a aquél que simplemente no está. En esta dirección, la imagen multiplica la presencia de una persona: por medio de la primera, la segunda

se encuentra en más de un lugar a la vez. La imagen difunde la presencia. Por ello, desde la antigüedad clásica encontramos un uso restringido de la imagen. Retratarse es un privilegio social y un peligro público. "No se pueden distribuir los honores visuales a la ligera, pues el retrato individual tiene su importancia. En Roma, hasta el Bajo Imperio, la exposición en público de retratos está limitada y controlada. Es un abuso de poder demasiado grave. En principio, sólo los muertos ilustres tienen derecho a la efigie, pues son por naturaleza influyentes y poderosos, después los poderosos en vida, y siempre de sexo masculino."¹

A la descomposición operada por la muerte o simplemente por la ausencia, el hombre opone la recomposición de la imagen. Al principio, pues, la imagen no se desprende todavía del mundo mágico, es el medio por el cual el hombre domestica los peligros procedentes de lo real. Pero cuando el hombre se hace más poderoso, merced a la técnica, la imagen pasa a ser el campo de acción del arte. El hombre controla las cosas y éstas dependen cada vez más de su voluntad. Cuando este proceso se polariza, la imagen pasa a pertenecer a lo *visual*. Estas son las tres edades de la imagen.

El proceso comunicativo comienza en el hombre por el cuerpo mismo. En esta dirección, no son sólo las palabras las que sirven de signo. El hombre transmite y recibe por su cuerpo, por sus gestos, por su mirada; el olfato, el grito, el baile, las mímicas y todos los órganos físicos pueden servir como órganos de transmisión. ¿Y la imagen? ¿Qué hace ella? Se suele decir que una buena pintura sólo pide que se la vea. La pintura no transmite un sentido sino que tiene sentido en sí misma, para el observador, según lo que es. Un buen cuadro, esto es, una buena imagen, nos arrebatara las palabras y nos enseña nuevamente a ver, sobre todo, a ver de *otro modo*.

Ver es un arte. Aquéllos que leen y escriben demasiado muchas veces desaprenden a ver: para ellos la imagen incomunica. Pero no ha de ser así necesariamente. La imagen comunica, primero sin palabras, y en segundo momento, fuerza a hablar, hace surgir en nosotros las palabras. Lo que es más: la mirada se educa a través de las palabras, de allí que las imágenes, en principio, encierran un gran potencial. Sólo hay que saber verlas y hablar sobre ellas. Si la imagen en el mundo postmoderno termina por inhibir el pensamiento, la culpa no es de la imagen misma, sino del uso que de ella hacemos. Durante siglos enteros, las imágenes hicieron entrar a los hombres en un sistema de correspondencias simbólicas, mucho antes de que la escritura lineal se impusiera. Los vitrales y los bajorrelieves y toda la estatuaria por medio de las que se ha transmitido el cristianismo a comunidades de iletrados, son buena prueba de ello. Ciertamente, cuanto menos se impone la imagen por sus propios medios, tanto mayor es su necesidad de intérpretes

¹ RAY, R. *Vida y muerte de la imagen*, Barcelona, Paidós, 1994 (1992), p.24.

que la hagan hablar. Entonces, ¿no coincidirá la "dictadura de la imagen" con su democratización?

Si la imagen es demasiado asequible, si ella es sólo lo que simplemente está allí, puede que termine negando la palabra. Eso es lo que pasa precisamente hoy: la imagen es sólo lo visual, no tiene, por así decirlo, más dimensiones que aquella misma en la que aparece. La imagen se vuelve chata, plana, lisa y, por ende, insignificante. Lo que es insignificante produce pasividad y apatía. Imagen acrílica, la imagen postmoderna no es otra cosa sino una forma desgastada, un estereotipo con el cual saturamos el ojo y la mente, con el cual enmudecemos. Contrariamente a esto, cuanto menos tienes que ver, cuanto más sugieres, tanto más tienes que decir, completando lo «no visto», lo entrevisto. La imagen artística es una imagen, por así decirlo, púdica: nunca se muestra totalmente en su mostrarse. Por ello mismo, es una imagen que compromete: el observador debe completar, y esa es su responsabilidad, una responsabilidad en la que va creciendo como sujeto, como portador él mismo de un mensaje.

Sin embargo, la imagen, inclusive la imagen artística, tiene una limitación que le es propia. Si la imagen fuese una lengua, podría ser traducida perfectamente en palabras, y esas palabras a su vez en otras imágenes, pues lo propio de un lenguaje es ser susceptible de traducción. Así, si la imagen fuese una lengua podría ser hablada por todos y formaría una comunidad. Pero la imagen permanece al nivel de signo y la comunicación por signos excluye tácitamente a todos aquéllos para los cuales ese signo es letra muerta. Decir que una imagen es un signo, es afirmar que la imagen puede ser interpretada pero no leída, porque la imagen, lo hemos visto, no habla por sí misma a menos que se la vacíe de toda dimensión profunda. Sin embargo, esta limitación es enriquecedora porque pone en contacto directo al individuo: establece, pues, una comunicación personalísima.

Así, si una cadena de palabras tiene varios sentidos, una cadena de imágenes tiene miles: la imagen insta a la pluralidad y es disolvente cuando no es contenida por un lenguaje común. Volvemos a toparnos, entonces, con la hiperrealidad. Cuando nos instalamos en ella, no sólo nos saturamos, sino que, como veíamos, nos disolvemos. Equivale esto a decir que en una sociedad dominada por las imágenes, las relaciones entre el individuo y el grupo son mucho más complejas. Lo que tampoco significa que necesariamente nos disolvemos. Hay que encontrar nuevas fórmulas para la acción y la convivencia con los otros.

Una de las dimensiones del hombre en su relación con el entorno, es la acción. También la palabra es acción, precisamente cuando nos une a los demás y ejerce influencia sobre ellos. Ahora bien, cuando la imagen se torna dominante, esa relación con los demás y con el entorno en general debe ser replanteada: ése es el gran reto que nos presenta la postmodernidad.

Las imágenes son constitutivamente enigmáticas, su polisemia es inagotable. Toda percepción de la imagen implica una interpretación, pero al mismo tiempo, la imagen se presenta como inocente. Esto último quiere decir que la imagen en sí misma no tiene ni sintaxis ni gramática. Una imagen no es ni verdadera ni falsa, ni contradictoria ni imposible. En cuanto no es argumentación no es refutable. ¿Pero significa esto que la imagen rompe irremediamente la argumentación? Una vez más la respuesta depende del uso que hagamos de la imagen, es decir, en qué contexto la insertamos. Y es aquí donde la palabra vuelve a encontrar su primacía: la palabra controla la imagen, reduce su pluralidad, la hace manejable. La palabra tiene la tarea de suturar la ruptura argumentativa introducida por la imagen. Una sociedad que sólo utilizase imágenes, que se redujese a lo visual puro, sería una sociedad de incomunicados. El problema es que nos acercamos peligrosamente a tal situación.

El error de la sociedad postmoderna radica en su hipervaloración de los medios de comunicación. No hay comunidad humana que se pueda basar en puros medios de comunicación; eso equivaldría a una avanzada red de tuberías, pero sin agua. El más poderoso sistema comunicativo, el más sofisticado ordenador no puede comunicarnos si dentro de él no hay contenido. Debemos evitar a toda costa transformar la imagen en fetiche, en ídolo que sólo nos pide reverencias. No pongamos el carro ante los bueyes, esto es, no antepongamos la comunicación a los significados.

La acción humana deja de ser significativa cuando uno se comunica por el simple gusto de comunicar. Un ejemplo de esto es la moderna red de internet. Cualquier usuario puede enchufarse a la red y hablar con cualquier otro usuario sin que tenga una real necesidad de decir algo. *Cuando no tenemos nada que decirnos*, el "internet" es un conducto para un hueco palabrerío. El "internet" es el producto más sofisticado de la era de la videoesfera, donde la imagen se reduce a lo visual, al mero ver por ver. Mientras el arte es lento, porque en él la imagen debe ser interpretada, decantada, lo típico de lo visual es la aceleración, rotación constante, ritmo puro obsesionado por la velocidad. Además, lo visual es planetario, su fin es la globalización y por ello es producido para una difusión mundial. Aclaremos de inmediato: no se trata de que el "internet" sea malo en sí mismo, sino del tipo de uso que de él hagamos. Cuando tenemos realmente algo que decir, el "internet" es un instrumento muy valioso.

Lo visual es el lugar donde hay una visión sin mirada, donde la imagen reposa en sí misma, desprovista de toda intencionalidad: las imágenes simplemente pasan unas tras otras. En lo visual, en pocas palabras, no hay sujeto detrás de la visión. Y puesto que no lo hay, lo visual indica, decora, ilustra, valoriza, distrae, pero no muestra. Bajo el rótulo: "yo no oculto nada", lo visual lo oculta todo. En efecto, si creo que lo veo todo, no busco más. Aquí

ya no hay elemento de asombro. Y lo que es peor, lo visible es tomado a secas por lo real y éste por lo verdadero.

Frente a lo visual, el receptor no se halla comprometido en un acto de interpretación. Y no lo está, porque la imagen que le llega es algo que ya ha sido consumido; que llega a las masas o al público medio porque ha sido consumido; y que se consume, y en consecuencia se empobrece, precisamente porque el uso al que ha estado sometido por un gran número de consumidores ha acelerado e intensificado su desgaste.

El mundo de la imagen genera un nuevo hombre, funciona, si no es usado correctamente, como una suerte de *antropología negativa* donde el simulacro se impone sobre lo real. En este seno, la palabra muere, y con ella la posibilidad de llegar a ser un sujeto. Así, pues, en esta sociedad postmoderna, sociedad, por definición, de la abundancia de medios, lo que se empobrece es el sujeto mismo. Si ya acceder a él es una tarea difícil, pues se trata siempre de recuperarse desde el otro y en tensión con él, el mundo de la imagen, tal como lo hemos expuesto, complica enormemente las cosas. Su efecto actual es la producción de un simulacro del yo.

EL SUJETO Y EL SIMULACRO

Lo visual vive de la simulación. A diferencia de la representación, que se ocupa de la relación entre las imágenes y una realidad básica, la simulación no guarda relación con ninguna realidad en absoluto: es su propio simulacro puro. Así, la dimensión de lo hiperreal es aquella de lo que está siempre de antemano reproducido, y en lugar de un mundo representado más o menos adecuadamente en imágenes, tenemos un mundo *de* imágenes, evocaciones alucinatorias de una realidad inexistente.

En este mundo sin profundidad, unidimensional, "no [hay] más sujeto, punto focal, centro o periferia: [sino] pura flexión o inflexión circular... Sólo información, lenta implosión y simulacro de espacios donde entra en juego el efecto de realidad".² Aquí la realidad es un efecto, un resultado de las imágenes: el proceso se ha invertido: no pasamos ya de lo real a la imagen, sino de la imagen a la realidad. Es real para nosotros lo que el mundo de las imágenes nos da como real. La realidad misma, impregnada de imágenes, ha sido extraviada.

Por otra parte, la imagen es consumida en un mundo privado, obsesionado por el goce, el disfrute sin límites. El hombre de la postmodernidad cree que la felicidad y la misma libertad se encuentran lejos del mundo público. De ello resulta una cultura individualista donde, paradójicamente, la persona ya no es atendida por lo que es. Se busca a toda costa ser un yo,

2 BAUDRILLARD, J. *Simulaciones*, Barcelona, Anagrama, 1986.

pero no en el sentido de un conocimiento de sí o, inclusive, de un cultivo de sí mismo, sino en la dirección de aparentar ser alguien. En esta cultura individualista, donde la individualidad es el primer simulacro, los asuntos colectivos se abandonan y los hombres se recluyen en el ámbito de la intimidad. Así entendido, "el individualismo es un sentimiento pacible que induce a cada ciudadano a aislarse de la masa de sus semejantes y a mantenerse aparte con su familia y sus amigos; de suerte que después de formar una pequeña sociedad para su uso particular, abandona a sí misma a la grande."³

Los principales valores del individualismo son tres: la privacidad, la libertad negativa y la intimidad. A partir de esta visión, la cultura individualista entraña una concepción específica de las relaciones humanas donde se privilegia lo cercano y lo afectivo, en todo caso, lo confidencial. Esto último es la acción de comunicar algo a alguien reservadamente o en secreto. En particular, algo que afecta muy íntimamente a la persona que lo comunica.

En esta clase de relaciones, el yo no logra constituirse de una manera sólida: le falta toda la dimensión pública, o social propiamente dicha. Es un yo mutilado, un yo que se dispersa en esa multiplicidad de relaciones personales, confidenciales. Pues éstas, no logran cuajar en un todo. Esta visión de las cosas produce una personalidad carente que incita a la dependencia. Privado de mediaciones en la esfera pública donde pueda ser otro para sí mismo y no un mero ser privado, el yo de la sociedad íntima soporta mal la soledad. Las relaciones personales se sobrecargan cuando se piensa que la felicidad puede venir sólo de ellas. Al sobrecargarse, estallan. Por increíble que pueda parecer, el exceso de valoración de lo privado en desmedro de lo público, debilita la misma relación personal.

Las relaciones personales rehuyen entonces el compromiso: nace la figura de los "amantes amigables" cuyo modelo es una relación *light*. El culto al falso yo hace de la libertad un valor tan exacerbado, que nadie quiere ya limitar esa libertad, y todo el mundo sabe que una relación seria implica restricciones. Así, amantes sí, pero dentro de un vínculo laxo, amantes *de vez en cuando y según las circunstancias*. La misma familia genera en su interior lo que han sido llamadas "relaciones de microondas", esto es, relaciones rápidas, irregulares y, a su vez, poco comprometeras. Cuando la libertad se separa de la solidaridad, el efecto es justamente un repliegue tan macizo en el propio yo que éste, necesitado, según veíamos, del otro, muere sofocado por su propio repliegue. Lo que queda es un yo cáscara, un yo máscara, un yo sin contenido.

Es de hacer notar que el individualismo del que hablamos, no ha sido "inventado", esto es, no responde a una precisa teoría social o política, sino que es el resultado de una elaboración lenta y espontánea que surge de la

3 DE TOCQUEVILLE, A. *La democracia en América*, Madrid, Alianza, 1990, p.89.

base misma de nuestras sociedades industriales. Es, entonces, una práctica cotidiana. La "religión" de esta nueva manera de encarar la vida es la psicología: vivimos en una cultura psicológica en la que, por ejemplo, la noción de pecado ha sido sustituida por el concepto de enfermedad mental. La gente ya no se pregunta si ha pecado, sino si es normal. La cultura psicológica reemplaza así también a la moral y a la filosofía. La salud mental es su noción central, entendida como una combinación de éxito, amor y ausencia de ansiedad. El truco que está a la base de esta operación, consiste en hacer equivalentes felicidad y normalidad. Una vez que creemos tal cosa, es imposible que alguien pueda sentirse normal y a la vez sufrir. Es como si todo sufrimiento fuera indicio de enfermedad.

El problema del psicologismo adscrito a la cultura individualista, es que genera un profundo conformismo. Esta es una paradoja más, que sólo puede ser entendida si pensamos que este individualismo promueve sólo un yo falso. En efecto, el conformismo no sólo nos enseña cómo debemos pensar, sino cómo debemos sentir, negando así toda auténtica evolución interior. Por si fuera poco, el psicologismo considera que la autoimposición de deberes es síntoma de neurosis. Contrariamente a ello, promueve la libre expresión y gratificación de los impulsos. Se llega así, a través de los ideales de autorrealización y autogratificación, al debilitamiento de la idea de responsabilidad, individual y colectiva. Este yo, blando y sentimental, es considerado como una unidad totalmente autónoma que no debe rendir cuentas a autoridad alguna en la formación de sus relaciones más allá del ejercicio de su propia voluntad. Los acuerdos sociales son atacados como trabas injustas al desarrollo y libre afirmación del yo.

El problema de este individualismo, es que le hace creer a la gente que ya tiene un yo, mientras lo único que ha generado es un simulacro de yo de acuerdo con ciertos parámetros previamente establecidos por la sociedad de consumo. Aquí, el universo de los objetos, de las imágenes, de la información y de los valores hedonistas permisivos, genera nuevas formas de control que hacen dudosa la existencia misma de la libertad. Advertía ya Glucksmann, al comienzo de la década de los ochenta, que ningún sistema es menos libre que aquel que cree que es ya libre.⁴ ¿Cómo recuperamos desde esta situación el mundo público, lo social y, desde allí, el sujeto como actor social y activo configurador de sí? Esto es lo que debemos atender.

Recapitemos para replantear. Vivimos en una sociedad de masas: esto es un hecho irrefutable. Podemos criticar este mundo, pero el simple pensamiento crítico no elimina esa facticidad, si bien puede funcionar siempre como el último reducto de la esperanza. Si renunciásemos a la crítica, no quedaría sino un vacío total. Pero esta época, si bien puede ser tildada

4 Cfr. GLUCKSMANN, A. *Los maestros del pensamiento*, Barcelona, Anagrama, 1984.

de "era del vacío",⁵ no alcanza a ser una nada absoluta. En ella sigue habiendo un fervor. El simple hecho de que nos planteemos estos asuntos, muestra que en parte estamos fuera de la simulación. En efecto, si hablamos de simulación es porque estamos instalados en algún reducto de lo real desde donde ejercemos la crítica. Igual puede decirse del mundo de las imágenes. Desde ese reducto, la simulación podría, quizás, funcionar de manera positiva.

Por eso, y como ya hemos destacado, la sociedad de masas no es enteramente negativa. Umberto Eco hace notar que el problema radica más en los niveles de fruición que en la masificación misma.⁶ Esto quiere decir que si alguien puede disfrutar de los grandes clásicos de la cultura y, a la vez, gozar de los productos de la sociedad de masas, la masificación no lo afecta más de la cuenta. El verdadero problema estriba en la aniquilación de los niveles de fruición, en su achatamiento. Es en esta dirección donde debemos plantearnos el problema de la televisión, pues este medio, en este renovado contexto, puede cumplir distintas funciones que es preciso clasificar y discutir.

En principio, la televisión se dirige al "gran público" y como tal puede funcionar como un válido aglutinante. Para los nostálgicos de la "alta cultura", esta tesis es escandalosa, pero, nos guste o no, la hegemonía cultural pasa hoy día por la televisión: no es de la "cultura superior" que podemos esperar el vínculo, pues ésta ha sido y es cada vez más, un ejercicio de las minorías. La Ilustración creía que podía llevar "la filosofía al pueblo", pero en el intento "la filosofía" se ha desvanecido. Nuestro problema consiste en encontrar un parámetro mínimo para efectuar el consenso. Si conseguimos esa "moral mínima", luego podremos avanzar en el desarrollo de los niveles de acuerdo y en la aclaración de los desacuerdos. Lo que debemos evitar a toda costa es la desintegración radical, la incomunicación. Nuestro ideal consiste en crear las condiciones favorables para una acción humana significativa dentro de la gran construcción social del hombre, esto es, para el afianzamiento del sujeto en diálogo con los demás, tanto como actor social capaz de incidir sobre lo público, como configurador de sí.

Pues bien, la televisión ha sido calificada a menudo de "opio de los pueblos", instrumento de dominación de las clases pudientes, gran manipuladora del pensamiento y pervertidora de los sentimientos. ¿Es esto así? ¿Es la televisión la quintaesencia de la ideología? No es fácil responder a esto, porque, por increíble que pueda parecer, pocas actividades han sido durante tanto tiempo objeto de un conformismo crítico. Todo indica que su

5 Cfr. LIPOVETSKY, G. *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 1986 (1983).

6 ECO, U. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1990, (1964).

discusión despierta demasiadas pasiones y entre ellas una muy particular, el deseo de no saber, una auténtica *libido ignorandi*.⁷

A pesar de este poco prometedor contexto, sería difícil negar que la televisión es uno de los símbolos más claros de la democracia de masas. Ahora bien, en las acciones de masa, en principio, no hay tanto un potenciamiento de las capacidades, como de los afectos. A causa de la energía de arrastre de los sentimientos potenciados, el sujeto, en el curso de la acción de masa, suspende sus restantes intereses, necesidades e, incluso, sus reparos particulares. Así, pues, en principio parecería que la televisión no hace sino incrementar este efecto.

Sin embargo, una tal condición no implica necesariamente una *manipulabilidad ilimitada*, y tanto menos cuando la masa está compuesta en parte o en su totalidad por individuos. Cuando la masa está compuesta no por los particulares anónimos, sino por sujetos, la energía de arrastre de la acción televisiva actúa hasta que no choca con la configuración de sí operada por el individuo, base, a su vez, para una acción social auténtica. Pero si la masa está compuesta por individuos menos desarrollados que no alcanzan a ser sujetos, se acrecientan netamente las posibilidades de manipulación de la televisión a consecuencia del papel de comparsa que los hombres juegan ante ella. Lo más peculiar de la televisión es que ella puede generar una masa «a distancia», pues, de hecho, en este caso, las personas no están efectivamente juntas en el sentido físico del término. Están juntas simbólicamente, unidas por los símbolos que la televisión secreta.

Según esto último, pocas dudas hay de que la televisión integra. Pero nos encontramos frente a integraciones en las que las personas se comportan “como si” actuasen en masa y, por añadidura, en una masa manipulada. Domina así la tendencia potencial a observar a los demás y a abandonarse a sí mismos en esa observación. El problema de la televisión es que se le va de las manos a quienes la hacen tanto como a quienes la controlan y como a aquellos que la miran. Al movilizar las imágenes sin tener un control efectivo sobre ellas, despierta identificaciones narcisistas, hace soñar y hace olvidar, no deja huellas, pues las imágenes de un día se borran al siguiente.

Por si fuera poco, en la actualidad no parece existir un esquema rector para comprender la televisión en el seno de los cuatro grandes cambios que se están produciendo: la introducción cada vez más marcada y acelerada de nuevas tecnologías con la consecuente multiplicación y diversificación de las cadenas; el cambio político, con la creciente privatización y la pérdida de control por parte del Estado; el cambio económico, con la constitución de grandes grupos transnacionales que difunden sus productos vía satélite en todo el mundo, poniendo a dura prueba el concepto de soberanía; y,

7 Me permito remitir a mi artículo sobre el tema de la *libido ignorandi* en *Temas de Comunicación*, N° 7, Caracas, UCAB, 1995.

finalmente, el cambio del público que demanda, insaciablemente, cada vez más imágenes, e imágenes nuevas con códigos estéticos muy alejados de los cánones acostumbrados.

Así que, retomemos el hilo conductor comenzando, como de costumbre, con una ingenuidad. Imaginemos a alguien que nunca ha visto una televisión y que nos interroga sobre ella. ¿Qué es la televisión? Pues, de manera sencilla, podemos contestar diciendo que es un aparato que difunde imágenes y sonidos frente a una gran cantidad de personas que simultáneamente miran esas imágenes y escuchan esos sonidos. La televisión difunde imágenes y crea vínculos sociales, pues es de esperar que en la comunicación "cara a cara" la gente, al hablar, comente lo que ha visto y lo que ha escuchado. Por lo demás, en la televisión se conjugan dos elementos: el técnico y el social.

Con esto tendríamos una primera y seguramente válida aproximación a la televisión, pero ni de lejos habríamos agotado el tema. De pronto, cabe observar que a raíz de esta doble dimensión, la televisión es objeto de dos discursos: el primero de ellos sobreestima el rol del instrumento y se deja prender por la fascinación tecnológica. Aquí reina un optimismo radical: el discurso técnico hace apología de la televisión. Enfrentado a este enfoque, el segundo discurso, que bebe de la sociología y de la teoría crítica, sobreestima el uso posible de ese instrumento: cree que debería producir un mundo mejor y que no lo hace: aquí domina un marcado pesimismo.

Para tratar de sopesar justamente los problemas aquí planteados, advirtamos de inmediato que la televisión no agota el espacio comunicativo, y que tampoco puede hacerlo. Por lo tanto, a su lado hay un amplio margen para otras prácticas comunicativas. Tampoco hay que pasar por alto que la comunicación "cara a cara", si bien se ha visto fuertemente afectada por la comunicación masificada, no por ello ha desaparecido. A la vez, aclaremos esta otra paradoja de la televisión: ver televisión es una actividad básicamente colectiva, pero en la actualidad tiende a consumirse en privado.⁸ De allí que frente a ella se jueguen dos cosas importantes: en primer lugar, el ya nombrado vínculo social. En segundo lugar, la propia configuración de sí, que hoy no acontece solamente en el encuentro "cara a cara", sino, a la vez y quizás más, por medio de la televisión y del mundo de las imágenes. Esto último nos permite desplazar la comprensión de la televisión: ella no es sólo,

8 Decimos "en la actualidad" porque en la década del cincuenta hasta los sesenta, por lo general, en cada familia había un solo aparato televisivo, lo que obligaba a un disfrute conjunto de los miembros de la familia. Inclusive aquellos que no poseían un aparato, miraban la televisión en lugares públicos, como los cafés, por ejemplo. El desarrollo económico y la reducción de los costos ha permitido la compra de más aparatos, a tal punto que en algunas familias hay tantos aparatos como integrantes. Cada quien disfruta el programa que desea. Se rompe así el vínculo social *inmediato*.

y quizás tampoco principalmente, un medio de comunicación, sino una de las estrategias para desarrollar el vínculo social y para desarrollar el propio yo. Lo que es válido para la televisión, es válido también para todas las tecnologías de avanzada (realidad virtual, videojuegos, autopista informativa, televisión interactiva, etc.)

Este planteamiento puede resultar novedoso y estridente, porque a causa del ya citado conformismo crítico, se ha pasado por alto de manera sistemática la grandeza y la estética de la televisión. Esto porque la televisión se dirige directamente a esa cultura de masa tan despreciada por las culturas minoritarias. Pero debemos proceder aquí con gran cautela, pues lo anterior no nos debe hacer olvidar lo peligroso de este macroexperimento social. Nada se gana al pasar de una crítica exasperada de los medios, a su apología indiscriminada.

Ahora bien, la televisión abre nuestro mundo, es, por consiguiente, un fenómeno de apertura, y más lo es para aquellas clases que, desfavorecidas económicamente, no poseen la posibilidad de conocer el mundo directamente. Lo han de hacer *indirectamente* y ese es seguramente un problema. Lo es, en la exacta medida en que a la apertura del mundo, no sigue un desarrollo de la capacidad de disfrute, esto es, un incremento de los niveles de uso y fruición. Ciertamente, si un país se encuentra desestabilizado, una televisión no controlada termina por producir más desestabilización. Así que para juzgar los efectos de la televisión, más que la televisión a secas, hace falta conocer los contextos y las mediaciones. No es posible desarrollar una ética general de la comunicación, pues ésta es un fenómeno humano que responde a instancias socioculturales, económicas y políticas bien determinadas. En su lugar, han de aparecer diversas éticas comunicativas, cada una de las cuales habita y responde a una situación específica.

Todo lo anterior significa que para comprender la televisión "hay que recordar que ella nació, se ha desarrollado y quizás morirá, en su forma actual, al aire de las clases medias de las áreas urbanas occidentales: se inventó para las familias nucleares con dos hijos, y sus rasgos actuales, lejos de ser eternos, están vinculados a ese origen sociológico. Ahora bien, las sociedades occidentales han cambiado, han envejecido; en muchos aspectos, han estallado. Hay que concebir una televisión adaptada a esos cambios, una televisión que será, sin duda, «una televisión después de las cadenas de televisión.»⁹

9 LE DIBERDER, A. COSTE-CERDAN, N. "Romper las cadenas". *Introducción a la post-televisión*, Barcelona, Gili, 1990, (1988), p.12.

TELEVISIÓN Y HEGEMONÍA

Lo anterior nos hace reparar en la cambiante situación de la hegemonía. Las hegemonías culturales son fenómenos históricos. Esto es, la hegemonía se *construye* a través de dispositivos ideológicos muy complejos. Debemos, por consiguiente, preguntarnos desde qué aparatos culturales la sociedad moderna construye el consenso que le permite sobrevivir y expandirse ideológicamente. Esto acarrea una serie de preguntas: ¿cuáles son los procesos culturales específicos que están incidiendo fundamentalmente en la construcción de la conciencia de los agentes sociales? ¿Existe alguno que imponga la dinámica y dirección principal sobre las demás formaciones de la conciencia, y desde allí sobre la formación y posterior configuración de sí? ¿Cómo se logra en cada sociedad?

Las anteriores interrogantes nos muestran desde ya, que la hegemonía no se produce por la acción de un solo aparato cultural, sino con el apoyo de un sistema complejo y amalgamado de instituciones y redes ideológicas que determinan y modelan la conciencia y los actos de los individuos. A través de la historia, como ya decíamos, se han dado distintas maneras de instrumentar la hegemonía. En las sociedades primitivas, el sector gobernante recurría a la tradición oral y al rito como los soportes del consenso más desarrollados, para lograr de esta manera una visión mágico-religiosa de la realidad. En la edad media es el aparato religioso con sus respectivos subsistemas clericales quien organiza el mundo. Con la aparición del capitalismo, el Estado introduce la ideología de la democracia parlamentaria y la lucha de los partidos y, sobre todo, a través de la escuela, trata de superar la visión religiosa del mundo. En la actualidad, la hegemonía ya no pasa ni por la Iglesia, ni por el Estado, ni por la familia, ni por la escuela. De hecho, los binomios familia-Iglesia, Estado-escuela han sido reemplazados por los medios de comunicación masiva. Es a través de ellos como se forma la hegemonía y es por ello que la lucha por la posesión de los medios se hace encarnizada. Quien los domina, accede a una buena parte de la formación del universo cultural, siempre y cuando puedan ser completamente dominados. En efecto, ya veíamos que uno de los contraefectos indeseados, es que la comunicación, una vez que ha sido secretada por los medios, se controla con dificultad.

De todas formas, lo que sí parece grave es la incapacidad del sistema escolar para hacer frente a los nuevos retos que la comunicación masiva impone. Esperar que los medios desaparezcan del escenario es una actitud delirante. Lo que es más: si hoy día, de 4700 palabras manejadas por un niño de cinco años, 2800 proceden de los medios y sólo 540 de la familia y la escuela, el futuro inmediato no hará sino incrementar esta tendencia. De hecho, es de estos días la introducción en el mercado de unos lentes que permiten ver la televisión transformando su imagen en realidad virtual. Por

medio de esos lentes el espectador estará dentro de las escenas y no ya fuera o ante ellas. Esto significa que la hegemonía pasará más y más por los media, a menos que se sepa combatir esa fascinación tecnológica. Pero combatirla no significa rechazarla, sino dirigirla, aprovecharla para las funciones de crecimiento personal y vínculo social que se quieran crear.

De esta manera, estamos en presencia de una marcada mutación cultural que ocasiona el desplazamiento de la escuela como el principal brazo del Estado. Las tecnologías de información redefinen los roles fundamentales que desempeña el sistema de enseñanza. En algunos casos, desafortunadamente, los media reemplazan a la escuela; sobre todo la televisión, cuando es utilizada por los padres como una "guardería infantil".¹⁰ Pero, en términos más generales, hay que hablar de una *complementación* por parte de la televisión. Todo el secreto radica justamente en ella, esto es, en cómo se complementan la escuela y los medios.

Aclaremos, también, que esta nueva mutación cultural no significa que los aparatos desplazados de la zona hegemónica principal, como la misma escuela, la iglesia, la familia y otros más, ya no existan o ejerzan sus funciones ideológicas propias, sino que permanecen y colaboran en la construcción del tejido hegemónico, pero en planos secundarios y hasta terciarios. Y parece que debemos asumir tal situación como punto de partida: ¡el joven que ingresa al sistema escolar no procede tanto de su familia, sino de los medios a los que ha estado expuesto! La escuela debe velar para que los niveles de fruición no desaparezcan: la función principal de la escuela hoy día, ya no es la transmisión, siempre loable, de los clásicos, sino la crítica y la capacidad de apropiarse de la cultura de masa secretada por los medios en clave de una fruición más elevada. Por eso, los clásicos son importantes. Ellos no son vitales en sí mismos, sino en virtud de la elevación de la fruición a la que inducen. Un clasicismo bien entendido, no es una mera erudición, sino aquello que acrecienta la vida, aquello que otorga integración y plenitud al hombre.

En fin, hay que identificar este objeto social desdibujado que es la televisión. Ella ha de pasar, a través de un cambio de uso, de cronófaga, a ser un efectivo desarrollo y aprovechamiento del tiempo libre. La televisión —ella también— debe conducir a la configuración de sí y a la acción social que caracterizan al sujeto. El camino a seguir es, pues, una televisión que posibilite una acción humana significativa.

10 En Estados Unidos se realizan programas de televisión con la específica finalidad de mantener a los niños frente de la pantalla para que la madre pueda atender los asuntos del hogar. Estos programas emplean imágenes altamente llamativas para impedir que el niño se aburra, distraiga, o, en todo caso, sienta la necesidad de hacer otra cosa.