

La Televisión como reconocimiento de la diversidad

Cassano, Giuliana

La imagen en movimiento como posibilidad de comprensión y aprehensión de la realidad ha acompañado al ser humano desde que el mundo es mundo, Gubern nos recuerda que “el mito de la reproducción gráfica del movimiento (...) nace, en la noche remota de los tiempos, en el cerebro del hombre primitivo”.¹ La televisión antes que nada es representación, posibilidad de narrar el mundo, flujo de imágenes que nos acercan y nos relacionan de una manera particular con la realidad que nos rodea, ya que nos conecta emocionalmente con un fragmento de nuestro mundo en un tiempo determinado; así, la televisión es un hecho cultural en tanto configura campos y redes de significación.

Y en tanto hecho cultural, la televisión empieza a delimitarse como un escenario donde las mediaciones sociales son factibles, escenario que va desde las prácticas de producción, las narrativas múltiples de sus relatos, hasta las distintas formas rituales de consumo, con todas las características que éstas conllevan: producción de sentido, fragmentación del discurso, identificación, reconocimiento, placer, gratificación, simbolización, ritualización, pues como señala Omar Rincón “la (gran) mayoría encuentra en estas estéticas (...) escenarios para la creencia, la diversión y el deseo”.² Y cuando hablamos de mediaciones sociales estamos refiriéndonos a los espacios de diálogo, de negociación y de reconocimiento de lo Otro, de la diversidad, de la diferencia.

En la televisión, la imagen se transforma en “medio de expresión, de comunicación y también de adivinación e iniciación, de encantamiento y curación”³ como señala Jesús Martín Barbero, para mostrarnos su expresión más genuina, la del establecimiento de contacto con el otro. Esta particularidad facilita la proximidad y la fascinación del ver televisivo, un ver que siempre se realiza desde un mundo más íntimo, más cercano, más privado pero que implica una visión “que produce la sensación de inmediatez, que es uno de los rasgos que hacen la forma de lo cotidiano”⁴ porque la televisión es una experiencia que se vive en el entorno familiar, subjetivo, en el tiempo de las labores domésticas y en el tiempo del ocio pero que nos vincula con el espacio público, nos contacta con el afuera desde la intimidad de lo privado y es en esta relación que empieza a formar parte de nuestras rutinas y de nuestros tiempos, muchas veces una transmisión televisiva se ha convertido en el eje sobre el que terminamos organizando nuestro día.⁵

Como continuo narrativo, este medio nos oferta un repertorio amplio de información y entretenimiento a partir de la multiplicidad de sus relatos. Telenovelas, noticieros, series policiales, de aventura, realities, documentales, entre otros, estructuran cada parrilla de programación permitiendo a los diferentes públicos verse, contemplarse, relacionarse e interpretar el mundo que los rodea desde sus propias experiencias. El lenguaje y los formatos de la televisión permiten visualizarnos no solo individualmente sino como colectividad.

Yúdice nos plantea que “la cultura como recurso (significa reconocer) el predominio de la diversidad”⁶ y es en este sentido que creo deberíamos también pensar la experiencia televisiva; hemos señalado líneas arriba que los relatos de este medio pueden ser melodramáticos, épicos o informativos, pero los relatos de la televisión, en la actualidad, también pueden ser globales o locales, nacionales o regionales y en todos los casos, están hablando de distintas experiencias,

nuestras o de otros, que facilitan nuestro reconocimiento como parte de una colectividad, relatos que hablando de nosotros, también hablan de Otros facilitándonos su re- conocimiento, ya que habiendo “encontrado en la narración el modo de imaginar otros mundos posibles”⁷ es en este fluir de imágenes, que encontramos “un potencial enorme para comprender cómo estamos produciendo y viviendo las identidades, las culturas y las sensibilidades”.⁸

En Latinoamérica y en nuestro país, principalmente, aproximarnos a la televisión significa primero entender que como medio de comunicación, éste configura procesos históricos, políticos, sociales, procesos que van delimitando un universo simbólico para las diferentes audiencias, y es en este sentido que el medio televisión se relaciona con las diversas formas de expresión y experimentación de nuestras culturas populares.

Centrar nuestra mirada en las formas culturales de la televisión significa pensar primero en las audiencias de estos relatos, ya que son ellas las que expresan formas diferenciadas de vivir el ritual de la praxis televisiva y su relación con la historia y lo contemporáneo. La televisión, como medio masivo, debe estar orientada a recrear la diversidad de las experiencias de lo colectivo porque eso facilita el consumo y es el consumo lo que define la realización televisiva, ya que es en esta experiencia donde las narrativas de la televisión concretan su significado en tanto se relacionan con los saberes de sus audiencias.

Y no debemos tenerle miedo al término masivo, ya que es una característica de la experiencia mediática y no necesariamente una cualidad de los productos televisivos y audiovisuales per sé. Cuando se plantea que la producción televisiva (y los programas en particular) son masivos estamos hablando de la posibilidad que nos ofrece este medio, como otros, de llegar rápida y simultáneamente a muchos. Esta posibilidad en sí misma no es negativa y no debiera llevarnos a enfrentar lo masivo con lo artístico o con el tema de la autoría o con el respeto y la calidad de sus productos.

El potencial de los medios de comunicación de configurarse como masivos forma parte de la historia y la evolución de los propios medios, y es en relación a estas dinámicas que en la actualidad reconocemos que si bien siguen existiendo productos masivos, la tendencia del mercado es a la fragmentación y especialización de los canales, de sus parrillas de programación y de sus públicos.

En la televisión estamos frente a relatos de género. Como señala Jesús Martín Barbero: “la dinámica cultural de la televisión (se concreta en) sus géneros (narrativos, porque) desde ellos actúa la competencia cultural y a su modo da cuenta de las diferencias sociales que la atraviesan. Los géneros (...), constituyen una mediación fundamental entre las lógicas del sistema productivo y del sistema de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, de los usos”.⁹

Cuando hablamos de géneros, entonces, estamos refiriéndonos a los modelos, a las praxis reiteradas de contenidos y temáticas, a las formas de organización de los relatos que facilitan el reconocimiento y el disfrute; formas abstractas que se definen sobre la marcha de la producción y el consumo, formas móviles que comparten rasgos identificables en los usos. Los géneros en la experiencia audiovisual se van desarrollando en relación a variables culturales, sociales, políticas, que evidencian preocupaciones, temores, deseos y aspiraciones en lugares y tiempos determinados.

Daniel Chandler plantea que los géneros son “convenciones particulares (...que) se enmarcan en la interpretación del lector/ espectador de un relato (... ya que) los géneros sólo existen en tanto y en cuanto un grupo social declara y refuerza las reglas que lo constituyen (... reconociendo que todo género) es un proceso constante de negociación y cambio”.¹⁰ Así, los géneros y los formatos (la

forma específica que toman los relatos audiovisuales, serie, miniserie, revista, entre otros) son lugares dinámicos de encuentro de la industria, los relatos y sus públicos.

La competencia de las audiencias en la lectura de los géneros y los formatos tiene que ver con lo que Eco define como “el encanto de lo frecuentado, de lo previsible”¹¹, el reconocimiento que las audiencias hacen de aquello que consumen, la transformación del espacio del consumo televisivo en lugar de apropiación y experimentación, donde las subjetividades se performan en relación a los relatos, relatos muchas veces anacrónicos pero donde siempre existen matrices culturales que conectan con la vida de la gente. Recordemos que los relatos televisivos muchas veces se configuran como modelos y patrones de conducta y las más de las veces dialogan con proyectos identitarios individuales y/o colectivos.

Vivimos una época que algunos definen como global, otros como multicultural, finalmente, hay quienes plantean que experimentamos un tiempo postmoderno definido por el vértigo y la aceleración, la desterritorialización de las experiencias y la multiplicidad de las subjetividades. Es en este escenario donde es urgente reconocer aquello que nos define inicialmente, nuestras formas identitarias más locales, las experiencias más cercanas, las subjetividades más próximas y es frente a estas necesidades que algunas experiencias televisivas de nuestro país y el continente están trabajando.

Este medio cercano por naturaleza (no olvidemos que la televisión ocupa un lugar en nuestros hogares y tiempos individuales), empieza a ofrecernos diálogos más íntimos, espacios reconocibles, prácticas propias, formas históricas con las que gran parte de nosotros como audiencia se encuentra y se reconoce. Empezamos a ver en nuestras pantallas rostros afines, formas cómplices de lenguaje¹², barrios y calles que transitamos nosotros mismos, gastronomía diversa que experimentamos como propia¹³; fiestas, sonidos y músicas que evocamos familiares¹⁴, modos, formas, preocupaciones y sueños que reconocemos como nuestros¹⁵ y son todas estas imágenes, relatos que recogen matrices culturales de quienes somos cada uno de nosotros en nuestro espacio más local y en el mundo.

Y cuando hablamos de matrices culturales estamos refiriéndonos no a tópicos arcaicos y lejanos en la historia y en el tiempo, sino más bien a reconocer lo que nos muestra el hoy, lo que deviene de residual, aquello que está en nuestros imaginarios y evocamos en nuestras prácticas.

Si la “cultura” nunca es un término en singular y escrito con mayúscula, sino todo lo contrario, uno siempre plural y democrático, donde lo imprescindible está en las relaciones, en las zonas de pasaje, en los bordes, en el reconocimiento del Otro, con sus cercanías y diferencias, muchos de estos programas televisivos están convirtiéndose en espacios de complicidad y en lugares de memoria colectiva y, a partir de ahí, en vehículo de visibilización de subjetividades y posibilidad de expresión de procesos de democratización.

Pensar la televisión como espacio cultural es reconocer que no existe una visión única de la cultura, es reconocer que no se trata de culturas altas o bajas, cultas o populares, es sencillamente reconocer que el espacio cultural se define a partir de formas simbólicas variadas que configuran diversos campos de significación, es finalmente una invitación a explorar la multiplicidad de expresiones, manifestaciones e interpretaciones en la que cada una de las audiencias se configuran y realizan.

En este escenario contemporáneo, “la televisión es (...) la marca de nuestro tiempo. La Televisión reina porque es la máquina narrativa más entretenida, más potente y más productiva de la actualidad”¹⁶ pero reina también porque configura procesos donde las audiencias no solo nos re-

encontramos, sino que tenemos la posibilidad de aprender a reconocernos en las diferencias, tenemos la posibilidad de construir identidades colectivas, comunitarias, regionales, nacionales; la televisión reina, finalmente, porque tenemos la posibilidad de vernos y tender puentes hacia la tolerancia, ya que los relatos televisivos son siempre formas narrativas que evidencian procesos de localización de las distintas formas culturales.

Notas

1 Román Gubern. *Historia del cine*. Editorial Lumen. Edición actualizada. Barcelona, 1989, p. 13 [\(Volver\)](#)

2 Omar Rincón. *Narrativas Mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa Editorial. Colección Estudios de Televisión. Barcelona, 2006, p. 11 [\(Volver\)](#)

3 Jesús Martín Barbero y Germán Rey. *Los Ejercicios del Ver. Hegemonía Audiovisual y Ficción Televisiva*. Editorial Gedisa. Barcelona. 1999, p. 9 [\(Volver\)](#)

4 Jesús Martín Barbero. *De los Medios a las Mediaciones, Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Gustavo Gili Editores. México. 3ª Edición, 1993, p. 235 [\(Volver\)](#)

5 Recordemos las transmisiones de los partidos del vóley peruano en las Olimpiadas de Seúl o pensemos en la transmisión de un partido de fútbol importante o en la salida al aire del último capítulo de una telenovela mexicana, peruana o brasilera. [\(Volver\)](#)

6 George Yúdice. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Gedisa Editorial. Primera edición. Barcelona, noviembre 2002, p. 13 [\(Volver\)](#)

7 Omar Rincón. *Narrativas Mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa Editorial. Colección Estudios de Televisión. Barcelona, 2006, p. 9 [\(Volver\)](#)

8 *Ídem*, p. 12 [\(Volver\)](#)

9 Jesús Martín Barbero. *De los Medios a las Mediaciones, Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Gustavo Gili Editores. México. 3ª Edición, 1993, p. 239 [\(Volver\)](#)

10 Daniel Chandler. *Introducción a la Teoría del Género*. Universidad de Gales. Aberystwyth (UWA), Reino Unido. Ed. 1995. Traducción y Edición: Percy Subauste Villanueva. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Lima. Monterrico, 1999 (Separata) [\(Volver\)](#)

11 En Nora Mazziotti. *Telenovela: industria y prácticas sociales*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2006, p. 53 [\(Volver\)](#)

12 Tenemos por ejemplo el programa “20 Lucas” que conduce Mauricio Fernandini en TV Perú o la promoción de “adiós chinita” de una institución comercial, donde el primero hace alusión a los 20 soles de nuestra moneda nacional y el segundo a los cincuenta céntimos de nuestra unidad monetaria [\(Volver\)](#)

13 En la señal de cable Plus TV el programa de “Aventura Culinaria” que conduce Gastón Acurio ha hecho recorridos gastronómicos denominados la aventura de Jesús María, Pueblo Libre, Santiago de Surco, entre otros distritos de nuestra ciudad, además de sus varias aventuras culinarias de provincias. También tenemos la experiencia del programa “Costumbres” conducido por Sonaly Tuesta en TV Perú que se realiza en distintos lugares de nuestro país mostrándonos fiestas, bailes, comidas, en síntesis costumbres de todas las regiones de nuestro territorio. También tenemos el programa de Antonio Zapata “Sucedió en el Perú” en el que se recorre la historia de nuestro país [\(Volver\)](#)

14 En nuestras pantallas tenemos programas dedicados a la música donde podemos escuchar desde los sonidos andinos, urbanos como la cumbia, la chicha o el rock nacional hasta la música criolla [\(Volver\)](#)

15 Pensemos en los programas de humor, en el juego cómplice que se escribe a partir de la broma o la imitación; pensemos también en los programas de conversación o de entrevista con temas y diálogos más cercanos [\(Volver\)](#)

16 Omar Rincón. *Narrativas Mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa Editorial. Colección Estudios de Televisión. Barcelona, 2006, p. 165 [\(Volver\)](#)