



CIUDADES Y CIUDADANOS IMAGINADOS POR LOS MEDIOS

*Néstor García Canclini**

La megaciudad de México existe como espacio social y físico, ordenamiento y desorden demográfico, pero también en las formas imaginadas cada día por la prensa, la radio y la televisión. Estos medios organizan comunidades invisibles de audiencias, que se informan en ellos sobre la ciudad y a veces participan con cartas de lectores o en los programas de teléfono abierto. ¿De qué modo se reconstituye, así, la esfera pública en esos circuitos comunicacionales? ¿Contribuyen los medios a la transparencia y la democratización de la ciudad, o simplemente reproducen el sentido común urbano?

The megaopolis of Mexico City exists as a social and physical space, as a demographic ordering and disorder, but also in the forms imagined every day by the press, radio and television. These media organize the invisible communities of their public, which are informed through the media about the city, and they sometimes participate with readers' letters or in phone-in programs. How is the public sphere reconstituted in these communicational circuits? Do the media contribute to the transparency and democratization of the city, or do they simply reproduce urban common sense?

Una de las novedades de los estudios urbanos y de los comunicacionales es la tendencia a entender la ciudad en relación con los procesos de comunicación y a éstos vinculados con la trama urbana. La ciudad no es vista ya sólo como escenario para habitar y trabajar, y por tanto como simple organización espacial, lugar de asentamiento de la industria y los servicios. Del otro lado, los medios no son concebidos únicamente como redes invisibles y deslocalizadas, cuya dinámica podría entenderse sólo por las estrategias empresariales y los recursos tecnológicos que movilizan.

En la segunda mitad del siglo XX, cuando la concentración demográfica y la expansión territorial de las megaciudades debilita la co-

* Profesor-investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

nexión entre sus partes, y al mismo tiempo las redes comunicacionales llevan la información y el entretenimiento a domicilio, los usos de las ciudades se reorganizan: la desordenada explosión hacia las periferias que hace perder a los habitantes el sentido de los límites de “su” territorio se equilibra con los relatos de los medios sobre lo que ocurre en sitios alejados dentro de la urbe. Del paseo donde el *flâneur* reunía la información citadina que luego volcaría en crónicas literarias y periodísticas pasamos en 50 años al helicóptero que sobrevuela la ciudad y ofrece cada mañana, a través de la pantalla televisiva y las voces radiales, el simulacro de una megalópolis vista en conjunto, su unidad aparentemente recompuesta por quienes vigilan y nos informan. Los desequilibrios e incertidumbres engendrados por la urbanización que desurbaniza, por su expansión irracional y especulativa, parecen ser compensados por la eficacia tecnológica de las redes comunicacionales. La caracterización sociodemográfica del espacio urbano no alcanza a dar cuenta de sus nuevos significados si no incluye también la recomposición que les imprime la acción massmediática.

Por su parte, la radio, la televisión y el conjunto del paquete telemático, comprometidos en esta tarea de describir y narrar la ciudad, rediseñan sus estrategias comunicacionales para arraigarse en espacios concretos y más o menos delimitados. Por muy transnacionalizadas que estén sus inversiones, la estructura de la empresa y la composición de su público, asumen que sus audiencias esperan que les hablen de lo que significa estar juntos. Por supuesto, deben cumplir su papel de contactos con lo que sucede en lugares lejanos de este planeta globalizado. Pero como también las ciudades se globalizan —se vuelven escenarios de gestión de lo que acontece en las finanzas y la política, en las guerras y los rituales diplomáticos, en los espectáculos del arte y de las religiones de casi todo el mundo— no es difícil sincronizar las vocaciones a la vez locales y globales de las ciudades y los medios.

La ciudad se vuelve metáfora de la sociedad de información y comunicación: “transformación de los lugares en espacio de flujos y canales”, según la fórmula de Manuel Castells (1983). O, como explica Mabel Piccini en el texto incluido en esta misma revista, “la ciudad se fragmenta en innumerables puntos apenas sostenidos por trazos viales que dan al paisaje una idea de continuidad y movimiento. Tal

parece que el espacio urbano se ha convertido en eso: lugar de tránsito y de pasaje entre un lugar y otro [...] se trata de llegar, no de detenerse; de circular y no de merodear o ambular". Por eso, aludiendo a las políticas que hoy se ocupan y se desinteresan de las ciudades latinoamericanas, dice Jesús Martín Barbero que la mayor preocupación de los urbanistas y funcionarios no es tanto el caos urbano y sus efectos sobre la contaminación y la calidad de vida perdida, sino que las personas y los vehículos sigan andando: "¡qué circulen! Ello justificará que se acaben las plazas, se enderecen los recovecos y se amplíen y conecten las avenidas. Lo que ahí se pierda es todo ganancia desde el punto de vista del flujo" (Martín Barbero, 1994: 25).

Aun donde no son arrasados los centros históricos, las plazas, los lugares donde la ciudad mantenía viva la memoria y permitía reunirse, su fuerza disminuye ante la remodelación de los imaginarios operada por los medios. Los relatos más influyentes sobre lo que significa la ciudad proceden ahora de la prensa, la radio y la televisión. En el tumulto heterogéneo y disperso de signos de identificación y referencia, los medios proponen no tanto un nuevo orden como un espectáculo confortante. Más que establecer nuevos lugares de pertenencia y arraigo, les importa ofrecer cierta intensidad de experiencias. En vez de la información para orientarse en la creciente complejidad de las interacciones y los conflictos urbanos, ayudan a imaginar una sociabilidad que relaciona a las comunidades virtuales de consumidores mediáticos: los jóvenes con otros jóvenes; las mujeres con sus iguales; los que se entusiasman con un deporte con los que son devotos de él en otros lugares de la misma ciudad y del mundo; los gordos con los gordos; los que gustan de la salsa o del bolero o del rock con los que tienen las mismas preferencias. Las comunidades organizadas por los medios remplazarían entonces los encuentros en las plazas, los estadios o los salones de baile por los no lugares de las redes audiovisuales.

Buena parte de los estudios que están repensando las articulaciones entre ciudad y comunicación lo hacen oponiendo la integración espacial de la sociabilidad barrial-urbana a la diseminación desterritorializada de los medios. Esta tendencia está presente aun en analistas sutiles, como los citados, y yo mismo concebí en estos términos la discontinuidad, y en cierto modo sustitución, de una sociabilidad por otra (García Canclini, 1993).

Sin embargo, la investigación sobre la ciudad de México que desarrollamos en los últimos años en el Programa de Estudios sobre Cultura Urbana de la Universidad Autónoma Metropolitana nos ha permitido reformular esta mirada. Partimos de la pregunta acerca de cómo se constituyen hoy los imaginarios en una megaciudad. Nos interrogamos, por un lado, sobre el modo en que se configuraban en el pasado. Una parte del estudio, publicado recientemente en libro, se refirió a los modos en que la fotografía participó en esta construcción de imaginarios al registrar los viajes por la ciudad desde los años cuarenta a la actualidad (García Canclini-Castellanos-Rosas Mantecón, 1996). En esta revista, el texto de Ana Rosas Mantecón muestra de qué modo el discurso del cine asumió el crecimiento masivo de la ciudad por las migraciones. El modo principal del tratar a “los extraños” fue construyendo estereotipos. Los nuevos pobladores llegados de la provincia mexicana son siempre los ingenuos con ilusiones de prosperar, cuyo arcaísmo les impide ubicarse en los códigos urbanos, y por eso fracasan, son estafados, pierden su pureza, hasta que al fin muchos retornan al pueblo del que nunca debieran haber salido. Pero como la mayoría permanece en la capital, el estereotipo del migrantes incapaz de adaptarse a la vida urbana, que acentúa los males de la gran ciudad, coincide con la culpabilización discriminadora hacia la migración que encontramos en entrevistas a grupos cuando trabajamos con ellos a partir de la fotos y los fragmentos de películas (véase el libro citado).

La ficción del cine se ha mostrado poco dúctil para percibir y transmitir la compleja multiculturalidad de la ciudad de México. Vamos a averiguar ahora si los medios masivos de información han tenido disposición para elaborar imágenes más “realistas”, que capten con mayor sutileza la problemática de la capital. Para eso, voy a considerar especialmente los artículos de Miguel Ángel Aguilar, Angela Giglia-Rosalía Winocur y Esteban Vernik, publicados en este volumen, que se refieren al papel de la prensa, la radio y la televisión en el desarrollo de imaginarios urbanos.

Dónde se fundan las ciudades

“En lo alto de un monte, para defenderse; a la orilla del mar, para partir; o, como suelen responder los mitos, a lo largo del río, para en-

contrar un eje de orientación al propio grupo [...]. Pero las ciudades también se fundan dentro de los libros”. Así contesta Rosalba Campra esa pregunta en un texto donde recuerda las fundaciones de París en la escritura de Balzac y de Proust, la Buenos Aires de Borges y el tango, la Praga de Kafka, la Roma de Pasolini y el México de Carlos Fuentes. Y, también, las ciudades erigidas como soberbias y libres invenciones: Santa María, de Onetti; Macondo, de García Márquez; Las ciudades invisibles de Calvino (Campra, 1994: 19-21).

Una característica común a esas ciudades, reales o imaginarias, escribe Campra, es ser definidas en relación con límites, como universos diferenciados frente a la indeterminación de la naturaleza. Aun cuando las fronteras no tengan la nitidez de una muralla, los textos que las fundan las imaginan distinguiendo claramente el adentro y el afuera. En cambio, las ciudades del tiempo de la videocultura o del ciberespacio se reubican en un ámbito no mensurable, un conjunto de redes y flujos, que existen tanto en el mundo físico como en el mental. A diferencia de la ciudad delimitada, “dadora de identidad, protección y sentido” (*ibid.*: 39), cabe preguntarse cómo se forman ahora las identidades en estas urbes que no se oponen a la naturaleza, ni a las otras ciudades tan rígidamente como en el pasado.

¿De qué manera se fundan e imaginan las ciudades cuando, más que la literatura, estas acciones las cumplen los discursos de la prensa, la radio y la televisión? Son éstos los principales agentes constructores del sentido urbano, los que seleccionan y combinan las referencias emblemáticas. Son también los que hacen participar a algunos ciudadanos en el debate sobre lo que la ciudad es o puede ser, y proponen a los demás esas opiniones y demandas como síntesis imaginaria del sentido de la ciudad y de lo que significa ser ciudadano.

La prensa

El medio periodístico ha sido el primer recurso tecnológico moderno para informarse sobre la ciudad. Su aparición fue decisiva para instaurar la noción moderna de esfera pública, y sigue dando más oportunidad que los otros medios para elaborar en forma argumentada el debate sobre lo público. La dispersión de la prensa en una gran ciudad (se publican 25 diarios cada día en la capital mexicana) da una primera idea de la variedad de actores que intervienen en esta

disputa, desde distintos intereses y posiciones. A esta diversidad de enunciadores, debe sumarse la multiplicidad de voces internas (periodistas, publicidad, editorialistas con diferentes opiniones) y nacionales e internacionales (cables de agencias, corresponsales) que coexisten en un periódico. Esta diversidad suele ser mayor y sufrir menos censura en la prensa que en los otros medios masivos.

Aunque la mayoría de los diarios tiene una relación preferencial con la ciudad en que son producidos, el conjunto de su información muestra una articulación compleja entre lo local, lo nacional y lo internacional. Revela, cada día, que la vida pública tiene cierto arraigo en la ciudad, pero esa esfera *micro*, para usar las expresiones de John Keane, se entrelaza con lo *mesopúblico* (los millones de personas que interactúan en el marco del Estado-nación) y con lo *macropúblico* (los circuitos de alcance supranacional y aun global, representados por las agencias transnacionales de noticias, las empresas productoras de películas y programas televisivos).

Las noticias de la ciudad de México ocupan el 3.7% del total de la información dada por los diarios de esta ciudad, indica Miguel Ángel Aguilar en el estudio que realizó de octubre a diciembre de 1992, publicado en este volumen. Si bien no todos los periódicos conceden la misma importancia a lo ocurrido en la propia urbe, el contraste con el 18% de información internacional muestra la relativización del entorno inmediato que la prensa opera.

¿Quién habla de la ciudad en los diarios? Predominan las fuentes y los actores "oficiales", con el 43% de referencias. En segundo término, los voceros de la sociedad civil con 28%, y luego las instancias de representación (partidos, políticos, etc.) con 17%. Ya la distribución de los enunciadores revela una prevalencia del Estado, semejante a la que éste ha tenido en México a lo largo del siglo XX, y que, como vemos, se extiende también a los medios que se presentan como independientes.

En cuanto a las noticias urbanas priorizadas por los periódicos, sobresalen las de medio ambiente y ecología, con una cuarta parte de las referencias. Siguen las menciones a servicios urbanos, redes y equipamientos, con 22%. Luego, seguridad y violencia ocupa el 12%. Esta información se localiza, en el 60% de los casos, en la ciudad de México en general. Un número menor de citas se dedica a las delegaciones del Distrito Federal, y muy pocas noticias aluden a los

municipios conurbados, donde actualmente habita más de la mitad de la población del área metropolitana. También en las fotografías publicadas por los diarios el Distrito Federal abarca 49%, en tanto la periferia sólo recibe 17 por ciento.

La prensa contribuye a imaginar una ciudad masiva, cuyas señas particulares se condensan en el centro histórico y en otras zonas centrales. A veces, los diarios informan sobre lugares poco conocidos, pero con mayor frecuencia —especialmente en las fotos— muestran escenografías fácilmente identificables, o sea que tienden a reproducir saberes convencionales. Estamos, por tanto, ante un medio que ofrece más elementos discursivos que otros para reflexionar sobre la ciudad y elaborar la condición de ciudadano, pero no contribuye a expandir la visión de la ciudad en sentido proporcional al crecimiento de su territorio y de su complejidad. Pese al énfasis en la novedad, y en algunos periódicos en lo insólito, finalmente los diarios se concentran en lo conocido; aunque se venden como informadores de la actualidad, y por tanto el presente es el momento privilegiado, se instalan en lo habitual, lo que en este momento prolonga estereotipos formados históricamente. Las anécdotas de cada día cambian, pero las estructuras argumentativas que las sustentan, según dice Aguilar, exhiben “fijeza y estabilidad”.

Si esta fidelidad a lo establecido se relaciona con el predominio de las voces oficiales, es posible concluir que la prensa tiende a imaginar a los ciudadanos en un lugar subordinado y reproductor del orden. Aun cuando su registro de la pluralidad social y de las protestas sea más profuso que en radio y televisión, la ciudad es concebida como un espacio mucho más homogéneo de lo que sabemos que es, y la vida pública como lugar de gestión y administración más que de innovación y cambio. La acción ciudadana, que puede llegar a ser pública en tanto es difundida por los medios, queda relegada por éstos a un discurso “periférico al estatal”.

Para afinar estas tesis, extraídas del análisis global de los diarios en la ciudad de México, habría que distinguir los estilos comunicacionales según las orientaciones ideológicas de los periódicos, y, por supuesto, cómo se relacionan con ellos distintos lectores. Sin embargo, sabemos que los ciudadanos eligen los diarios por su afinidad con las tendencias de éstos, lo cual reforzaría el papel reproductor descubierto en su discurso. Parece verosímil, entonces, que la

comunidad virtual de los lectores de la prensa no se configura como radicalmente distinta, menos aún sustitutiva, del sentido urbano construido por las experiencias barriales y por otras formas de participación que proporcionan imágenes “directas” de lo que es la ciudad.

La radio

Desde las primeras décadas de este siglo, este medio habló de las ciudades, las representó y fue útil para que los migrantes recién llegados conocieran los usos lingüísticos y las noticias, la publicidad y las formas de expresar los sentimientos en la vida urbana. Sin la radio, escribieron Carlos Monsiváis y Jesús Martín Barbero (1987), no se hubieran formado naciones capaces de integrar modos de hablar de regiones diferentes, ni hubieran tenido éxito los líderes populistas que la usaron para comunicarse con todas las clases sociales.

Pero en las últimas décadas la radio se volvió también escenario de expresión ciudadana. Los programas que reciben a “gente común” o le abren los teléfonos de la emisora sirven de foro aun para quienes no se interesan en actuar en partidos o movimientos sociales, pero quieren decir su palabra. Centenares de llamadas buscan cada día amplificar sus reclamos, piden la solidaridad de un conductor radial y quizá de otros oyentes. Se preguntan Ángela Giglia y Rosalía Winocur en el texto incluido en este volumen: ¿tienden estos programas de participación “un puente entre la autoridad y los ciudadanos, o más bien fabrican soluciones simbólicas dentro de la misma lógica de construcción del acontecimiento mediático?”

Cuando el circuito radial se abre no sólo a funcionarios públicos y especialistas, sostienen estas autoras, los oyentes ganan confianza en el medio, sienten posible comunicarse con sus pares y usar “el lenguaje corriente sin formalismos”. Puede tratarse de denuncias o simplemente de expresar una opinión, de ser escuchados o asumir algún tipo de protagonismo: los comentarios obtenidos por Giglia y Winocur muestran que hay muchas motivaciones por las cuales se interviene en estos programas, y no componen un solo sentido final. No puede hablarse sin más de que así se amplíe la participación ciudadana en los asuntos públicos.

Además, quienes dirigen tales programas traducen las declaraciones de los oyentes para integrarlas en un discurso homogéneo,

aunque los distintos modos de interrelación invocados por el conductor parecen reconocer la variedad de posiciones sociourbanas desde las cuales se habla: “usted que transita a la altura del viaducto Tlalpan”, “señor o señora”, “la gente”, “el público”, “los habitantes”, “un amigo del auditorio”. En los casos en que hay teléfono abierto, se admiten expresiones literales de los participantes; en otros, son seleccionadas y reelaboradas para adecuarlas a objetivos de la emisora. En todas las situaciones, las tendencias habituales son reducir la complejidad y situar las opiniones diversas en un consenso que se imagina compartido por la mayoría. Para ese “sentido común”, la ciudad se caracteriza por la inseguridad generalizada, la “impreparación” de los cuerpos policiales, “los valores del pueblo”, y, por sobre todo, la capacidad de la radio de permitir que todos se expresen.

Estas autoras consideran que la valoración de tales espacios participativos debe hacerse teniendo en cuenta una cierta negociación entre locutores y receptores. Las radios propician la expresión de sus oyentes a cambio de que ellos les reconozcan credibilidad. Se deja hablar a “la ciudadanía”, pero ésta debe dejarse limitar, orientar y hasta censurar. Al fin de cuentas, queda la duda de cuánto concede la radio para que se extienda la esfera pública, y cuánto busca, a través del rodeo de “la libre expresión”, testimonios que legitimen su lugar en el mercado de las comunicaciones.

La selección de los reclamos urbanos, su alineamiento en consensos preconstituidos y la afirmación de “valores sagrados del pueblo” muestran el papel reproductor del orden social también cumplido por este medio. Las frecuentes referencias de los oyentes-parlantes a instituciones que no funcionan, funcionarios que no atienden sus reclamos, o que los difieren hasta que ellos son “atendidos” mediante alguna forma de corrupción, exhibe a la radio —del mismo modo que la prensa y la televisión— como sustitutos de los procedimientos “normales” de representación y consideración del interés público.

Las conclusiones de esta investigación sobre la “participación” radiofónica coinciden con las de otros estudios semejantes. Los medios construyen a sus espectadores, y, en la medida en que quieren jugar a ser esfera pública, configuran modos simbólicos, mediatizados, de ser ciudadanos. Como escribió Beatriz Sarlo respecto de la televisión:

frente a la opacidad creciente de otras instituciones, frente a la complejidad infernal de los problemas públicos, la televisión presenta *lo que sucede tal como está sucediendo* y, en su escena, las cosas parecen más verdaderas y más sencillas. Investida de la autoridad que ya no tienen las iglesias ni los partidos ni la escuela, la televisión hace sonar la voz de una verdad que todo el mundo puede comprender rápidamente. La epistemología televisiva es, en este sentido, tan realista como populista, y ha sometido a una demodadora crítica práctica todos los paradigmas de transmisión del saber conocidos en la cultura letrada (Sarlo, 1994: 80-81).

La televisión

Este medio es, en cierto sentido, el reverso de lo ocurrido con la ciudad de México y con otras megalópolis. En las mismas décadas—desde los años cincuenta hasta ahora—en que se aceleró el crecimiento de la mancha urbana y su diseminación caótica suprimió la posibilidad de imaginarla en conjunto, la televisión se expandió al 95% de los hogares. Las películas o los conciertos que no vamos a ver porque se presentan a una o dos horas de nuestra casa, llegan a la pantalla doméstica, o pueden ser sustituidos por entretenimientos electrónicos a domicilio. Lo que puede saberse e imaginarse de la megaciudad nos llega menos por las limitadas experiencias directas que tenemos al viajar por ella que por las noticias y las reflexiones que la mirada “omnisciente” de la televisión instala en nuestro hogar. Con el auxilio de helicópteros que recorren la urbe, con cámaras “en el lugar de los hechos”, con invitados que los vivieron directamente, construye visiones verosímiles que simulan recomponer el sentido global de la vida ciudadana.

¿De qué modo lo recomponen? Dos de los textos publicados en este volumen, el de Esteban Vernik y el de Armando Silva, ofrecen versiones distintas—y complementarias—de las estrategias televisivas.

El estudio de Vernik sobre la apropiación de las noticias televisivas en dos “comunidades” de residentes ubicadas en un borde de la ciudad de México, el viejo pueblo de San Pedro Mártir, es iluminador sobre cómo vinculan diferentes sectores lo que les cuenta la televisión con su vida cotidiana. Al proyectarles un video con fragmentos de noticias televisivas (imágenes del tránsito, la contaminación, las protestas callejeras y un gran incendio), hubo distintas reacciones en uno de los grupos, formado con habitantes de clase media que viven

en un condominio cercado de reciente construcción, y en el otro compuesto por pobladores antiguos, de clase baja.

La noticia del incendio suscitó poco interés en el primer grupo, pero resonó con fuerza en la “comunidad” popular. Vernik interpreta esta diferencia relacionándola con el temor y la vulnerabilidad que los sectores bajos experimentan diariamente en la vida urbana. Al indagar si habían ocurrido incendios en la zona en que viven, varios de los entrevistados populares recordaron que se habían salvado o habían ayudado a salvar a vecinos del fuego generado por algún depósito o industria ubicados en lugares indebidos. El caso extremo, que el autor toma como sintomático, es el de una mujer de San Pedro Mártir que vio en el noticiero matutino de televisión imágenes de un incendio en el centro de la ciudad, en la cuadra donde está la casa de su hermana. Siguió durante tres horas, en tiempo real, cómo el siniestro se extendía y por fin era controlado, pero no tenía teléfono para comunicarse con su hermana, y la única vecina que podría haberse prestado se había ido a trabajar.

En tanto, los habitantes de adentro del condominio, pese a tener viviendas idénticas y un estatus socioeconómico semejante, no aparecieron como comunidad, en el sentido de compartir relaciones emocionales, lazos de “sociación”, según la fórmula de Simmel. Sus vínculos estaban limitados al “mantenimiento instrumental del condominio”: funcionamiento de los servicios y de la seguridad. En otras partes de la urbe, en sus trabajos y en otras relaciones elegidas más libremente, no condicionadas por la residencia en un territorio determinado, construían su “sociabilidad” y sus contextos afectivos. Ante una emergencia, como un incendio, disponían de teléfono, coche, formas rápidas de contacto.

La comunicación mediática tiene significados y repercusiones diferentes en grupos de diversa ubicación económica y sociocultural. Aun cuando se habite en el mismo barrio, la información televisiva se recibe de modos distintos según se disponga o no de otros recursos de la modernidad, como auto o teléfono, según la posibilidad de vincularse no sólo con el territorio residencial sino con otras zonas de la ciudad. La recepción angustiada de la noticia de un incendio en una familia popular le sugiere a Vernik que la pantalla de la televisión es “el sitio que la modernidad massmediática le reserva a los excluidos”.

En otras situaciones, las más frecuentes, cuando los espectadores no encuentran en la televisión un drama familiar como el narrado por Vernik, la exhibición de tragedias sociales o violencias cotidianas hace de la vida urbana un espectáculo alejado. Las telenoticias, explica Armando Silva, “son para un público a distancia de donde ocurre el suceso”. Los incestos y las disputas “curiosas” narrados por el *show* de Cristina o por un noticiero, en ambos casos por “testigos verdaderos” (aunque sean contratados), la persecución de O.J. Simpson y el juicio a un narcotraficante, todo es incorporado como parte de una realidad digerible, aceptable, en la medida en que es ofrecida como espectáculo distante. No altera nuestro orden diario en tanto que no tiene las pretensiones “realistas” de una representación fotográfica, ni las propiedades estéticas de un relato literario, ni la fuerza causal de una explicación histórica. Se trata, afirma Silva, de “relatos mediovirtuales” que sirven para fantasear, fantasías que sirven para “desrealizar”. De este modo, la televisión atrapa fantasías ciudadanas que podrían llevar “a cambios sociales inesperados”.

¿Massmediatización = massmimetización?

La tan mencionada acción transformadora de las industrias culturales debe ser redimensionada y recalificada a la luz de estos y otros estudios que problematizan, con una nueva perspectiva, las funciones de los medios. Un descubrimiento que se confirma en varias investigaciones de los últimos años es que la prensa, la radio y la televisión contribuyen a reproducir, más que a cambiar, el orden social. Sus discursos tienen una función de mimesis, de complicidad con las estructuras socioeconómicas y con los lugares comunes de la cultura política. Aun cuando recogen las protestas y testimonian la desigualdad, editan las voces disidentes o excluidas de manera que el *statu quo* sea preservado.

Las ciudades son imaginadas por los medios como lugares donde los cambios acaban siendo absorbidos por la normalidad, y lo que desborda y quiebra el orden urbano es recompuesto en última instancia por las síntesis informativas mediáticas. A los ciudadanos se los imagina como clientes, como legitimadores de la “veracidad”

construida por los medios, como interlocutores necesarios para justificar a éstas ante los poderes (económicos, políticos), que también son clientes en tanto anunciantes y socios en la reproducción del orden.

No hay que subestimar, de todas maneras, lo que se ha ganado en la búsqueda de cierta transparencia y democratización social gracias al desarrollo de las comunicaciones masivas. Cuesta pensar en que las exigencias democratizadoras en las ciudades, los reclamos por la contaminación y los derechos humanos, hubieran podido tener la trascendencia que lograron en la segunda mitad del siglo XX sin la repercusión que les viene dando la prensa, la radio y la televisión. Las secciones especiales sobre “la ciudad” o “la metrópoli”, los suplementos sobre temas urbanos creados por algunos diarios en años recientes, expresan la alarma de una parte de la ciudadanía ante el crecimiento sin planificación y los efectos autodestructivos de nuestros modos de habitar. Seguramente, son inapropiadas las afirmaciones generalizadoras que atribuyen en bloque, al conjunto de las industrias culturales, la virtud de haber ampliado el horizonte informativo de las masas. Pero si distinguimos entre los medios más comercializados, más dependientes del *rating* y por tanto sólo reproductores de los gustos y el sentido común mayoritarios, y, por otra parte, aquellos que se preocupan por expandir la información y representar las voces críticas, hay que reconocerle a éstos el haber enriquecido las agendas de discusión en las sociedades contemporáneas.

Pero ¿cuántas de estas revelaciones y ampliaciones de agenda se acumulan, se convierten en memoria y voluntad de transformación? No hay nada más anacrónico que las noticias del diario de ayer, se ha dicho muchas veces. Más vertiginoso aún es el régimen de obsolescencia visual de la televisión, donde la actual multiplicación de canales exacerba la necesidad de neutralizar el *zapping* mediante la renovación incesante de los estímulos. ¿Nos empujan inexorablemente las tecnologías audiovisuales al repliegue doméstico, al olvido y la espectacularización a distancia de lo público, o existen formas de reapropiación crítica de las representaciones mediáticas?

En su texto Mabel Piccini sostiene que los medios audiovisuales, debido a su “sintaxis rutinaria”, su exaltación de lo efímero y su complacencia con lo próximo y familiar, favorecen el anclaje en los saberes consagrados y en residuos de ideologías juntados con “un tipo de selectividad poco reflexiva”. ¿Qué capacidad de selección puede

haber en “culturas de la privación”, cuyo empobrecimiento material y simbólico es agravado por las presentes políticas económicas y comunicacionales, para las cuales no hay más remedio que preferir “lo existente a la nada o al vacío”?

La visión de esta autora, sostenida por una investigación etnográfica sobre la recepción televisiva en la ciudad de México, mucho más densa de lo que pudo incluir en este artículo, converge con uno de los libros más incisivos que la sociología latinoamericana produjo sobre los medios. Me refiero al volumen escrito por José Joaquín Brunner y Carlos Catalán, *Televisión, libertad, mercado y moral*, como resultado de sus estudios sobre consumo cultural y del periodo en que dirigieron el Consejo Nacional de Televisión en Chile. Cabe aclarar que el examen de estos autores difiere del de Piccini y otros analistas, como Beatriz Sarlo, pues Brunner y Catalán valoran positivamente que la televisión haya roto “definitivamente el equilibrio histórico de subordinación de los elementos de la cultura popular-masiva, a la alta cultura” (p. 94). Sostienen que este medio “preside un tránsito crucial en el despliegue de la modernidad: el paso desde una cultura organizada jerárquicamente, en torno a puntos diferenciales de acceso y a la distinción estamental de los consumos, a una cultura distribuida masivamente mediante nuevas relaciones entre los mercados, las industrias y los bienes culturales” (p. 21). Consideran a la televisión “como zona de máximo contacto con la contemporaneidad”, cuyos efectos no deben valorarse por su incidencia en el comportamiento explícito de los individuos sino sobre los patrones de conocimiento colectivos y la imagen global de la sociedad, en una “red de interdependencia” con otros medios de comunicación. “No nos dicen qué pensar, sino sobre qué pensar”. “No construyen la realidad social, pero trazan para nosotros una especie de mapa donde las posiciones más relevantes aparecen más visiblemente resaltadas” (p. 41). “Refleja una estética de la abundancia, incluso allí donde sus mensajes son recibidos en medio de la escasez y el analfabetismo” (p. 95).

Es posible que uno de los recursos seductores de la televisión sea precisamente esta apariencia de dar una oferta abundante y que por eso simula no ser impositiva. Sin embargo, me pregunto si lo que ofrece hoy la televisión, aun con su expansión por cable y *pay per view*, no es una abundancia monótona.

Pero el punto en que más me interesa confrontar posiciones como las de Piccini y Brunner-Catalán es la coincidencia en que la televisión tiene una función básicamente reproductora del orden social. La diferencia reside en que para estos autores chilenos “toda cultura, en verdad, es un cierto orden, un conjunto público, estandarizado, de valores comunitarios que permiten intermediar la experiencia individual” (p. 94). A la concepción de la sociología desde la cual ellos hablan “sólo le interesan el caos y el cambio en cuanto ve surgir de allí el orden” (p. 98). En consecuencia, su aguda discusión —puesta tanto a las “minorías morales” conservadoras que impulsan la censura a la televisión como a las élites intelectuales incapaces de apreciar el “carácter históricamente revolucionario de este medio” (p. 94)— subordina los juicios sobre comunicación masiva a una política entendida como mantenimiento del consenso, el orden y la gobernabilidad.

Pienso que algunas experiencias de televisión pública (PBS, BBC, Canales 11 y 22 en México, el canal franco-alemán Arte, y otros) permiten imaginar que no es un destino fatal de la televisión el excluir la innovación estética y el cambio social. La interdependencia con los otros medios a la que aluden Brunner y Catalán, comprobada en muchos estudios de recepción, incita a pensar en las formas en que la televisión podría articularse con modalidades críticas de comunicación más presentes en la prensa y la radio.

Quiero decir, para terminar esto, que no es más que una introducción, que estas oportunidades de los medios de no ser simples reproductores del orden, de una “normalidad” tan insatisfactoria, dependen del lugar que las políticas culturales confieran dentro de la comunicación mediática a los sectores sociales no interesados centralmente en los aspectos mercantiles de la cultura audiovisual: la escuela, los organismos culturales, ecológicos, artísticos, de derechos humanos. Quizá entonces los medios conozcan verdaderamente la abundancia posible en nuestras sociedades globalizadas y multiculturales. Tendremos no sólo ciudadanos imaginados por los medios, sino medios imaginados por los ciudadanos. Tal vez así los medios compartan esa abundancia con quienes les son tan fieles desde las culturas de la privación.

Ciudad de México, septiembre de 1996

Bibliografía

- BRUNNER, José Joaquín y Carlos CATALÁN (1995). *Televisión, libertad, mercado y moral*, Chile: Editorial Los Andes.
- CAMPRA, Rosalba (1994). "La ciudad en el discurso literario", SYC, núm. 5, Buenos Aires: mayo
- CASTELLS, Manuel (1983). *La ciudad y las masas*, Madrid: Alianza.
- _____, (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Madrid: Alianza Editorial.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor y Mabel PICCINI (1993). "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Seminario de Estudios de la Cultura.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México: Grijalbo.
- _____, Alejandro CASTELLANOS y Ana ROSAS MANTECÓN (1996). *La ciudad de los viajeros*, México: Grijalbo-UAM.
- KEANE, John (1995). "Structural Transformations of the Public Sphere", en *The Communication Review*, vol. 1, núm. 1, Gordon and Breach Publishers.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México: G. Gili.
- _____, (1994). "Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación", Caracas: Fundarte, Ateneo de Caracas.
- SARLO, Beatriz (1994). *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*, Buenos Aires: Ariel.
- _____, (1996). *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*, Buenos Aires: Ariel.

