

Odios y amores viejos: Seducciones, desilusiones y contradicciones de la cultura de La massmediación en Puerto Rico

Héctor Sepúlveda¹

...Nos encante o nos de asco, los medios constituyen hoy, a la vez, el más sofisticado dispositivo de moldeamiento y cooptación de las sensibilidades y los gustos populares, y uno de los más vastos conjuntos de mediaciones históricas de las matrices narrativas, gestuales, escenográficas de hibridación de ciertas formas de enunciación, ciertos saberes narrativos, ciertos géneros dramáticos y novelescos de las mestizas culturas de nuestros países.

Martín Barbero. Los géneros mediáticos y la identidad cultural de los pueblos. 2000; p.106).

Es cierto que las tesis subyacentes a la etnografía del público han hecho avanzar los estudios culturales (al permitir, por ejemplo, reconocer que los consumidores no son “drogados culturales”, sino utilizadores críticos de la cultura de masas). ...Asimismo la investigación sobre la manera en que los públicos crean significaciones

¹ Es profesor-investigador y Catedrático Asociado en la Facultad de la Escuela de Comunicación Pública (ECP) de la Universidad de Puerto Rico, recinto de Río Piedras. Fue uno de los primeros egresados del posgrado en comunicación en su institución. Se doctoró en educación y comunicación de masas en la misma universidad. Ha enseñado cursos de comunicación de masas en la UPR desde 1983 hasta la fecha. También ha enseñado en la Universidad del Sagrado Corazón desde 1982 hasta 1987 en el programa subgraduado y luego en períodos intermitentes en el programa graduada en dicha universidad privada. Trabaja los temas, cultura popular y comunicación de masas, comunicación y educación popular, comunicación y política, modos de consumo y apropiación en la comunicación popular y otros. Ha publicado numerosos artículos y ensayos sobre sus investigaciones en revistas y periódicos de su país. Actualmente tiene en imprenta una edición y recopilación de los mismos en un volumen que saldrá publicado próximamente. También ha publicado temas literarios en revistas en su país, específicamente poesía y relatos. Actualmente se desempeña como Coordinador del Programa Graduado de la ECP.

a partir de los datos de la cultura popular ha sido utilizada como una refutación empírica del argumento elitista según el cual la cultura de masas embrutece, entumece, alienta la pasividad, etc. Hay algo realmente democrático en la idea de un público activo y lejos de mí la idea de volver a la dicotomía cultura de élite/cultura de masas. Esa dicotomía ya ha hecho muchos estragos y todavía los sigue haciendo. (Ieng Ang *Cultura y comunicación* En Dayan D. (1997) *Comp. En busca del público*).

Toda sociedad homogeneizada e integrada ha de tender siempre a la disociación El separacionismo siempre habrá de ocurrir no importa la integración y homogeneización que se quiera, La exclusión y el discrimen crecerá siempre en proporsión al “progreso” de la supuesta integración. No se podrá ir más allá del antagonismo de esos dos postulados. En nuestras sociedades modernas esto equivale a dar espacio al surgimiento de una sociedad paralela, un mercado paralelo, un circuito financiero paralelo, una moralidad y medicina (“alternativa”) paralela e incluso a una verdad y realidad paralelas. ...La pantalla de la comunicación ha pulverizado el espejo de la representación. Ahora solo circulan las sombras de la estadística... las encuestas pantallean. Ya no existe el contrato social. En los filtros de los medios sólo funciona la reproducción de la imagen. El único capital simbólico del ciudadano es el del descontento y pobreza política, esa gran pobreza manipulada por nuestros representantes oficiales (es ese el secreto de su corrupción)... (traducción libre) (Baudrillard, J. 2001. *Impossible Exchange*. New York: Verso).

Me tomo la libertad de partir de los siguientes supuestos y luego plantear una agenda de investigación.

- Las categorías aparentemente maniqueas de los 60’s –apocalípticos e integrados- trabajadas por Eco (1965), hoy parecen aún estar vigentes con otros disfraces y obviamente en otros escenarios de nuestra sociedad civil.
- Las culturas populares nuestras han construido una especie de mirada mediática de la realidad y desarrollado su propia verdad paralela al mirar y a la verdad oficial.

- Los representantes de los sectores más conservadores y otros no tantos, pero liberales, de nuestra sociedad subestiman las inteligencias de sus representados y manipulan la información que manejan para llevarlos a transgredir precisamente la democracia mediática en que dicen creer y fomentar.

Cerca de cuatro décadas después que Umberto Eco diera a la luz su seminal obra **Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas (1965, 1968)** parece que en Puerto Rico se hace realidad dicha dualidad- que a veces se torna en bipolaridad- sólo que habría que agregarle su contraparte de la sociedad civil. En otras palabras, jamás en Puerto Rico, que recordemos, había tanta discusión concerniente al poder y culpas de la cultura de la massmediación que se le adjudican por personeros tanto del poder o representantes de nuestra democracia pluralista, como de los sectores más retrógrados y predicadores del apocalipsis social.

Las categorías de Eco para nosotros daban cuenta de un panóptico teórico que en el momento se barajaban los pro y los cons de la massmediación y que arrojaban testimonios y posiciones reduccionistas. Hoy , las categorías principales de dichos planteos suenan reduccionistas si tomamos en cuenta las consideraciones de los estudios en comunicación, específicamente los planteamientos que se pueden hacer desde el espacio de la sociología cultural (Goldfarb, 2000). Obviamente, el mismo Eco así lo ha reconocido, aunque indirectamente, si revisamos detenidamente su obra comunicacional posterior. Pero lo de reduccionista no debe tomarse como un defecto del todo ya que su tesis principal, aunque no testimoniaba de la amplitud que hoy se puede pensar, tanto desde lo popular como desde lo culto tradicional, sí relataba de las posiciones más extremas en las que se dividían los públicos e intelectuales, afectos y desafectos de la cultura de la massmediación. Aquellas posiciones y otras más, hoy todavía perduran. Pero vayamos someramente a señalar algunas de las seducciones de la cultura de la massmediación en Puerto Rico y pasemos luego al análisis teórico de las categorías ecoistas que, de alguna manera, dan cuenta de los afectos y desafectos de nuestra cultura massmediática.

La seducción de la massmediación en Puerto Rico

En Puerto Rico, la comunicación y sus formas massmediáticas han seducido a más gente común que a profesionales y teóricos de otros saberes, aunque no de forma muy amplia. Es decir, ha seducido a casi todos por igual. En lo que sigue me permitiré hacer un poco de historia panorámica del origen de la academia comunicacional en Puerto Rico y algunas generalizaciones- aunque se dice que siempre fueron malas- de la seducción de las prácticas comunicacionales a diferentes sectores del país.

Aunque su fundamentación teórico-académica se dio en la tradición de la Escuela Funcionalista Norteamericana- aquella cuyos vectores de investigación eran las funciones y roles de las instituciones sociales, y, por tanto, se veía la empresa massmediática misma como una institución adicional en la sociedad de libre mercado (McQuail, 2000)- hubo bastante influjo de la orientación crítica de aquellos formados en la Escuela de Chicago, tan influyente en el pensamiento social estadounidense en los años 50 y 60's del siglo pasado. Testimonios y conversaciones con varios de estos académicos- quienes nos han servido de profesores y mentores- reflejan que su entrada al fascinante mundo académico de la comunicación, no solo se dio inspirado por sus colegas estadounidenses y europeos sino por la necesidad misma de la investigación en el campo, inexistente aun en un país como el nuestro, que, a la altura de los años 70's, todavía no había alcanzado un desarrollo massmediático más adelantado que otros importantes países latinoamericanos, como México, Brasil o Argentina. (Países estos que no tuvieron nunca la relación tan estrecha con los EEUU como el nuestro pero que, por ejemplo, todos ellos tuvieron el invento de la TV primero que nosotros. Incluso Cuba y la República Dominicana inauguraron el invento primero que Puerto Rico).

Igualmente, nuestros inicios en el medio impreso fueron también muy rezagados y posteriores con relación a todos estos países mencionados y a los de la mayoría de nuestros países hermanos, debido, principalmente, a la llegada tardía de la imprenta a nuestra isla. La inmensa tarea y gestión de estos académicos fundadores de la academia comunicacional puertorriqueña en la universidad del estado sirvió de punta de lanza y de inspiración para todos los proyectos venideros en las demás universidades del país. También sirvió para crear y desarrollar toda una generación joven de hacedores e investigadores de comunicación. Generación que iría indefectiblemente a reconstruir el quehacer comunicacional en el país y a buscar nuevas formas de añadir contenidos y entendidos culturales a la massmediación puertorriqueña, centrada entonces en los flujos y reciclajes de la información vertical de estilos estadounidenses.

El pensamiento funcionalista y su énfasis informacional comprobó que uno de los roles de la massmediación era también conferir estatus a los sujetos. Muchos años después de aquellos planteos se añade que dicho conferimiento es hoy también -o se traduce en- fama, notoriedad y dinero para muchos de estos sujetos. La prensa, la radio y la televisión de nuestro país se han visto en la última década inundados de profesionales que buscan la mejor forma de abrirse paso en el imaginario de las gentes para persuadir, influir, vender, manipular- por qué no- y en menor grado, para instruir o “educar” a los sujetos populares sobre temas muy especializados. Tales son los casos de algunos abogados y otros profesionales del país. No hay emisora de radio, de televisión o periódico importante en el país que no cuente entre su personal opinionista a un abogado que “ilustre” al país sobre los recovecos legalistas y políticos -incluso culturistas- de nuestro estado de derecho. Un profesional de la radio nos confesó en la primavera de 1995 que, en el caso de los abogados, se debía a que estos profesionales se mostraban siempre disponibles a opinar sobre cualquier asunto que se les consultara y sobre todo **si es para el medio.**

No se trata de otra cosa que sentirse re-conocido en el mundo cotidiano por el que la gente transita y trabaja. Dicho “re-conocimiento” se traduce, generalmente, en una sociedad de mercado como la nuestra, en posible aumento de la clientela, precisamente debido al estatus de reconocimiento que el medio confiere. El sentirse al nivel de las celebridades mediáticas (Boon S. D. & Iomere C.D., 2001) o los llamados “rich and famous”, no parece subestimar a algunos de estos profesionales, sino todo lo contrario.

La seducción del medio a la gente común en Puerto Rico es todavía más palmario. Desde los años 70's del siglo XX se ha dado la seducción de la gente común por el medio, debido principalmente a la interpelación lúdica de sus mensajes. El “homoludens” (Huizinga; 1972) que hay en todos nosotros parece haber encontrado su habitat en el medio televisual. Tales son los casos de los programas en la tradición aquella de la espectacularización globalizada: **los llamados reality shows.** Sin embargo, esa naturaleza o afán de juego actoral del perceptor social no se da de manera gratuita o por puras ganas de éste, sino que el medio se ve obligado a hacerle ofertas para lograr su participación. Lo que abona aun más a su seducción. No sólo a los que resultan triunfantes en los juegos tiene el medio que recompensar sino incluso a los perdedores o los “casi ganadores”, como decía un famoso conductor de programas de

género infantil en la televisión puertorriqueña para allá para los años 70's del siglo pasado.

Otro ingrediente que abona a la seducción del medio televisual a nuestra gente es, sin duda la espectacularización (Martín-Barbero y Rey, 1999) de las venturas y desventuras de la vida popular cotidiana. Es decir, el medio ha logrado que no sólo el que busca alegría y vacilón- léase jolgorio- haga de éste un centro recreacional y diversionista sino también que el que sufre haga de éste un centro de catarsis, desahogo o algo así como un CDT o centro de diagnóstico y tratamiento de sus males- más lo segundo que lo primero. Pero en este caso, busca también allí-y generalmente se le provee- la cura o el alivio de sus males o sus desgracias. Esto es, casi siempre aquellos que relatan sus desventuras mediáticamente son recompensados, ya por la producción de dichos textos, ya por el público a quien casi siempre se le interpela para que así lo haga, mediante sus donativos a una cuenta abierta a nombre del penitente-relator mediático. Y la capacidad dadivosa del puertorriqueño no se hace esperar en estos casos. Ésta siempre ha ido de acólito de su archifamoso ethos de hospitalario. Para comprobarla, a mediados de los noventa, una profesional de un noticiero de televisión se disfrazó de deambulante que recogía limosna en los semáforos y en pocas horas ya había recolectado lo similar al jornal de un día de trabajo a base del salario mínimo (\$5.15/hr.) en Puerto Rico.

Sobre el aspecto seductor anterior de la televisión y su distinción de la prensa en dicho renglón, decía un joven morador de una zona popular de la ciudad capital de San Juan

“Ahí lo ve todo el mundo y la persona que lo está diciendo. La gente dice: <oye eso que está diciendo, es la verdad...con los problemas que existen>. Yo diría que la televisión tiene un poquito más de ventaja para que hicieran algo por mí. Por que si lo ponen en la prensa(se refiere a sus problemas, quejas u opinión), entonces en la prensa ponen una cosa diferente a lo que tú dices, a lo que tú hablas, a lo que tú escuchas y a lo que tú ves. Es una cosa diferente. La televisión te ven lo que estás diciendo, una necesidad de lo que tú necesitas, pones al hijo tuyo o cualquier cosa. Si yo necesito un dinero para esto y te ayudan. Es mejor la televisión porque te ven. Es mejor, ven tu persona en verdad, en vivo. Te ven muchas personas en Puerto Rico”. (García, J, En Sepúlveda, H. (coord.)2002; 34-35).

Lo que me motiva, principalmente, en la primera consideración que enumeráramos a comienzos de estas notas es que aparte de que todavía sigue habiendo apocalípticos e integrados ante la cultura de masas en el globo- situación que también se presta para repensar y visitar a Eco- en Puerto Rico se les suma, a mi modo de ver,

una tercera y cuarta categoría, que quizás no sean otras que las trabajadas por nuestro autor italiano pero, en cierto sentido, revertidas, a saber; los apocalípticos-integrados y los exintegrados-apocalípticos.

Los primeros no son difíciles de identificar. Se posicionan en la peor tradición de los movimientos de la “electronic church” estadounidense, pero como lava de volcán se arrastran hacia una militancia social efervescente y avasallante que “hace que se le vean las orejas al lobo” político de la peor hechura (Mattelart, 2000;378). Pues los aullidos de dicho lobo nos son otros que la censura y la intolerancia. Imagino que ya han adivinado de quienes hablamos. Son los personeros de las ideologías teocráticas ayatolascas que no parecen encontrar mucho eco en nuestra sociedad civil ni mucho menos en el espacio del respeto a la diversidad y a la tolerancia que demanda la democracia pluralista.

Sin embargo, dichos grupos se comportan, como inferíamos arriba, de igual manera que sus similares en los EEUU. Es decir, sus entendidos y propuestas mediáticas van en mayor medida tras la censura y contra el medio que en aras de su salvaguarda y desarrollo. La contradicción estriba en que no sólo lo hacen desde sus propios espacios mediáticos sino con más frecuencia a través de concentraciones y manifestaciones públicas convocando a que las cubran los mismos medios que dichos grupos combaten, puesto que son éstos los que más interpelan a las masas populares y no los espacios mediáticos religiosos. Dicho de otra manera, estos grupos se ven precisados a reconocer, sin querer, que necesitan la presencia de los mismos espacios mediáticos que combaten precisamente para lograr alguna presencia en la gente a quien quieren interpelar y persuadir con su mensaje de censura.

Nos dimos a la tarea de investigar también los niveles de seducción que han ejercido los medios a dichos grupos desde sus comienzos en la sociedad civil puertorriqueña y cómo disfrutan hoy de dicha seducción y muchas veces la vuelcan contra ellos mismos. Tomemos, por ejemplo el medio televisual.

La seducción del medio televisivo ha llegado en nuestro país incluso a cautivar hasta a los sectores de esos mismos grupos y sectores ayatolascos.. Actualmente hay alrededor de cinco canales televisivos de alcance nacional dedicados enteramente a la “obra del Señor” y aún más emisoras de radio. Si bien la Iglesia Católica participa en esta convocatoria seductora, desde los años 60’s en nuestro país- a través de su emisora de radio, Woro en la banda FM, en Corozal (Es un municipio ubicado en el centro de la

isla), es la iglesia protestante- específicamente la llamada fundamentalista- la que origina la más militante y, hasta cierto punto contradictoria, seducción. Me refiero a que el movimiento mediático de la iglesia electrónica estadounidense ha crecido quizás con mayor celeridad en Puerto Rico que en ningún otro país de América Hispana, desde 1955, hasta hoy. (Es, irónicamente en Vieques que se establece, en ese año, la primera emisora radial de formato evangelístico). Huelga decir que las relaciones políticas, sociales, económicas y culturales- póngasele -el nombre que se quiera- que ha mantenido la superestructura gobernante del país con los EEUU desde 1898- sus relaciones religiosas datan de mucho antes- son razones más que suficientes para explicar el fenómeno.

No estaría exagerando demasiado si afirmara que invierten incorrectamente el tiempo dichos grupos fundamentalistas o apocalípticos-integrados. La sociedad puertorriqueña es una que se ha acostumbrado a sus propios entendidos democráticos- aunque estén distantes de su definición clásica, según algunos- y ha demostrado que la exhortación a la censura y la convocatoria social guardan una relación inversa. (No más está recordar en este renglón las ocasiones en que la policía incautó, a mediados de los 70's, el filme porno francés, *Emmanuelle*, (1974) en una sala de cine del área de El Condado de San Juan. Una vez la administración del cine en cuestión reponía el filme era más la gente que acudía a verla que las veces anteriores). De la misma manera, pienso que la alternativa que deberían barajar estos grupos es su propuesta de una mejor televisión- léase entretenida, amena y culturista- para las masas populares; las mismas que quieren evangelizar. Pero deben hacerlo sin caer en la censura o la amenaza de un Dios que pregonan terroristamente, y como inquisidor y castigador de las dinámicas democráticas de la sociedad pluralista.

La segunda categoría de nuestra propuesta se compone de aquellos líderes que, como diría Baudrillard, pertenecen a la representación oficial de la pobreza política de nuestros ciudadanos. Son aquellos que como exintegrados de los medios ahora se aprovechan de dicha pobreza para pregonar la apocalipsis social fundamentados en la desenfrenada violencia causada, según ellos, por el perreo y reggeton televisivos. Una senadora y una representante de la legislatura de Puerta de Tierra son las adalides de esta cruzada. Irónicamente, ambas le deben el reconocimiento del que gozan en nuestra sociedad civil a sus carreras de integradas massmediáticas. No se puede afirmar otra cosa. Ahora pregonan también el apocalipsis, aunque de manera cívica, que es todavía

peor. Pues la civilidad la compartimos todos, no así el fundamentalismo religioso. He ahí algo de su contradicción; parte de la construcción del medio televisivo se le debe a sus etapas de integradas. Ahora fomentan la transgresión de la democracia mediática (Sánchez Noriega, 2002) que en su anterior etapa ayudaron a fomentar. Si revisamos la historia, a finales de los 70's, también se dio un intento algo similar de “dirigismo cultural”, que fue rechazado por los perceptores electorales en Puerto Rico.

Ojalá y nos equivoquemos pero la gente habrá de dar su propia lectura, su propia verdad a la realidad que perciben en los medios, paralela a la lectura de sus representantes oficiales. Pero parece que estos representantes no se han ocupado de considerar dichas lecturas. Ya se ha dicho por muchos de nuestros teóricos y no nos parece disparatado.

Es necesario, por último, señalar los desafíos que estos escenarios nos proponen para la investigación comunicacional.

H. Zinn(2002) ha dicho, citando a un famoso periodista estadounidense, “los políticos mienten siempre”, para lo cual no tiene otra recomendación que enseñar y visitar la historia constantemente para denunciar y develar las mentiras del poder. Es decir, si no visitamos la historia estamos a merced de los embusteros. **La primera lección para los estudiantes es que visiten la historia de la comunicación.** Como me decía un compañero a raíz de un recital que ofrecíamos hace unos dos años, con motivo al retiro jubiloso de uno de nuestros colegas: “te encanta revivir fantasmas”. Creo que tenemos que revivir esos fantasmas de la historia, sobre todo aquellos que nos alumbran el camino a través de la caverna.

Investigar la massmediación en las comunidades populares es otro desafío al que toda esta situación nos convoca. Precisamente, para descubrir y empujar hacia arriba las formas paralelas de lectura y apropiación de los medios que tienen las mayorías receptoras de la masscomunicación en Puerto Rico. Para lograr que dichas formas se tomen en cuenta para la toma de decisiones por sus representantes oficiales.

Finalmente, me parece también que los comunicólogos y sus estudiantes deben de constituirse en pequeños grupos de discusión (Martín Barbero) de forma paralela al currículo operacional para de alguna manera auspiciar lo que he dado en llamar la **militancia mediática**. Esta debe consistir en auspiciar y posicionar mejores análisis comunicológicos en los medios por pensadores e investigadores comunicacionales y no

por analistas políticos reciclados y disparateros que lo que mejor hacen es abonar más ruido y distorsión en los canales comunicacionales de nuestro país. Y , por último, por qué no, tirarnos a la calle para contrapiquetear y **manifestarnos a favor del derecho a la comunicación de todos** (Escalante Rengifo, 2002) y en especial de nuestros jóvenes de los sectores populares que, aunque le de asco a algunos, son también parte de nuestra democracia civil y adornan de manera distinta y fresca nuestra democracia mediática. Finalmente, me parece también que los comunicólogos y sus estudiantes deben de constituirse en pequeños grupos de discusión (Martín Barbero) de forma paralela al currículo operacional para de alguna manera auspiciar lo que he dado en llamar la **militancia mediática**. Esta debe consistir en auspiciar y posicionar mejores análisis comunicológicos en los medios por pensadores e investigadores comunicacionales y no por analistas políticos reciclados y disparateros que lo que mejor hacen es abonar más ruido y distorsión en los canales comunicacionales de nuestro país. Y , por último, por qué no, tirarnos a la calle para contrapiquetear y **manifestarnos a favor del derecho a la comunicación de todos** (Escalante Rengifo, 2002) y en especial de nuestros jóvenes de los sectores populares que, aunque le de asco a algunos, son también parte de nuestra democracia civil y adornan de manera distinta y fresca nuestra democracia mediática.

Notas bibliográficas

Baudrillard, J. (2001). **Impossible Exchange**. New York: Verso.

Baudrillard, J. (1994). **De la seducción**. Madrid : Catedra.

Boon S. D. and Iomere C.D. (July, 2001). *Admirer-Celebrity-Relationship Among Young Adults. Explaining Perceptios of Celebrity Influence on Identity*. **Human Communication Research** 27, 3, 432-465.

Eco, U. (1965, 1981). **Apocalípticos e integrados**. España: Lumen.

Escalante Rengifo, G. (2002). En Sepúlveda, H. (Coord.) **Bajo asedio: comunicación y exclusión en los residenciales públicos de San Juan**. San Juan: Tal cual.

García, J. (2002). En Sepúlveda, H. (Coord.) **Bajo asedio: comunicación y exclusión en los residenciales públicos de San Juan**. San Juan: Tal cual.

Huizinga, J. (1972). **El homoludens**. Madrid: Alianza.

Ieng A. (1997) *Cultura y comunicación*. En Dayan D. (Comp.) **En busca del público**. Barcelona: gedisa.

Martín Barbero, J.(2000). *Los géneros mediáticos y la identidad cultural de los pueblos*. **II Congreso Comunicación Internacional**. Salamanca: Universidad Pontificia.

Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). **Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva**. Barcelona: Gedisa.

Mattelart, A. (2000). **Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la ciudad global**. Barcelona: Paidós.

McQuail, D. (2000). **Introducción a las teorías de comunicación de masas**. Barcelona:Paidós.

Patrick Communications(2000). **Broadcasting & Cable Yearbook 2000**. New Jersey: R.R. Bowker

Sánchez Noriega, J.L.(2002). **Crítica de la seducción mediática**.Comunicación y cultura de masas en la opulencia informática. Madrid: Tecnos.

Zinn, H. (2002).**Terrorism and War**. New York: Seven Stories.