

# “Hay que encuadrar a la TV en la vida social y material, en tensión con otras prácticas”

Carlos Mangone  
mangone@fibertel.com.ar



Teórico de la comunicación y ensayista. Docente e investigador, Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Docente de posgrado, UBA, Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. Autor de Tinelli. *Un bloopер provocado*. Co-autor de *El Manifiesto. Un género entre el arte y la política, El discurso político. Del foro a la televisión*, entre otros. Editó la revista *Causas y azares: los lenguajes de la comunicación y la cultura en [la] crisis*. Desde 2005 edita *Cuadernos críticos de comunicación y cultura*, publicación con sede en las cátedras de Teorías y Prácticas de la Comunicación I y II, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

por **María Cecilia Mainini**  
cmainini@perio.unlp.edu.ar

Docente, investigadora y editora, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Estudiante avanzada de la Licenciatura en Comunicación Social.

por **Noella Durante**  
ndurante@perio.unlp.edu.ar

Licenciada en Comunicación Social, docente e investigadora, FPyCS, UNLP. Secretaria técnica y estudiante avanzada de la Especialización en Comunicación Radiofónica, FPyCS, UNLP.

► La entrevista que se presenta a continuación fue realizada con anterioridad a la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

La sede de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, a pocos metros del Parque Centenario de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, será el lugar de encuentro.

En la sala de profesores nos espera Carlos Mangone, quien se define como “un tipo formado en la docencia”. Autor de *Tinelli. Un bloopер provocado*. Co-autor, junto a Jorge Warley, de *Universidad y peronismo (1946-1955)*, *El discurso político. Del foro a la televisión* y *El Manifiesto. Un género entre el arte y la política*, entre otros. Ambos escribieron, con Santiago Gándara, *Vidas imaginarias. Los jóvenes en la tele*.

Nos sentamos en la esquina de la mesa –que ocupa casi todo la sala– y entornamos la puerta. El bullicio del pasillo es constante.

## Entrevista con Carlos Mangone teórico de la comunicación, docente y escritor



### – ¿Qué rol cree que tiene la TV actual en nuestra sociedad?

– Podría decir que desde el pos mayo francés, y sobre todo después de la crisis del '73, se produjo un proceso de desestructuración social muy importante, que vinculo con la desestructuración del mundo del trabajo, de la residencia, de la familia, un nuevo proceso de secularización de la vida cotidiana que hace que la sociedad se atomice, se fragmente. Los aparatos que, de forma material o simbólica, reúnen los fragmentos, empiezan a tener mayor incidencia. Y en este caso los medios masivos de comunicación –fundamentalmente la TV– fueron el soporte, el formato de discurso que durante esos años tuvo un desarrollo más importante, desde el punto de vista tecnológico, estético y político-cultural. A partir de que ese proceso se acentúa con el neoliberalismo, con la flexibilización laboral y horaria, con los tiempos del ocio y del trabajo, la televisión adquirió mayor importancia y de alguna manera le dio nombre a la etapa video-cultural. Cuando uno piensa en el predominio video-cultural que influye en la palabra política, en las creencias, en los consumos, en lo que se denomina identidades también, uno gira su vista hacia la televisión, aunque hoy se habla de pos-televisión.

Por otro lado, desde el punto de vista de los consumos culturales y periodísticos, se fue dando un proceso de pérdida de influencia de la cultura letrada y, en ese sentido, de la lectura de diarios, de la construcción de opinión pública a partir del consumo de los periódicos, de las revistas y la información, en general, se canalizó por los medios audiovisuales, la radio y la televisión. Creo que la TV no produjo un cambio social sino, a la manera de los funcionalistas, forzó predisposiciones que ya estaban en la sociedad como la domesticación de los consumos por nuevas tecnologías.

Hasta antes de los años '70, la TV pública europea y la comercial latinoamericana y norteamericana, ya tenían una llegada masiva a los hogares, es decir, casi todos estaban cubiertos por la presencia de un televisor. Pero el hecho de que sólo se contara con un aparato, alejaba a los jóvenes del mismo. La identificación de la juventud con el medio en los '60 y comienzo de los '70 es leve, porque el televisor es familiar y nosotros sabemos la relación que tienen los adolescentes con la familia. Entonces, había un desplazamiento de los jóvenes hacia el mundo exterior, hacia la grupalidad. También hacia la política, la estética, el arte, el pop o la música. Creo que después, lo que se produce, es una hostilidad del ambiente, cambios de hábitos, una domesticación del consumo a partir de la tecnología.

### – ¿A qué atribuye esa variación?

– A grandes rasgos plantearía que a la tecnología. Cuando aparece el segundo o tercer televisor, ya hay territorio autónomo dentro de la casa y programación dirigida a los jóvenes, que antes no existía. En esta ida y vuelta, bastante dialéctico, se presentando la influencia de la TV. Después tenemos aspectos más particulares, como pueden ser la reformulación del discurso político, en cuanto a la biopolítica, la proliferación de la TV en la ciudad, es decir, hay muchísimos aspectos que fueron tratados y hay acuerdos sobre el tema. Ese en realidad es un análisis de la influencia o la importancia del medio. Cuando uno pregunta sobre el rol, estaría pensando ya proyectivamente en adjudicarle, reconocerle o darle un papel que no es exactamente el que tiene ¿no? Pero eso es un problema semántico, cuál es y cuál debería ser el rol de la televisión.

### – Algunos autores como Omar Rincón creen que hoy la televisión es indispensable para nuestras vidas.

– En principio uno tiene que encuadrar el funcionamiento de la TV, como toda práctica, dentro de la vida social y material, en tensión con otras prácticas. Pensemos que Os-



car Landi, en su libro *Devórame otra vez* de 1992 –el primer y más importante libro legitimador de los consumos televisivos a partir del paradigma de los usos y gratificaciones–, dice que los consumos televisivos deben analizarse también a la luz de los capitales culturales y económicos de los consumidores y de las audiencias que, de tenerlos en buen nivel o en alto grado, diversificarían sus consumos culturales. Si Landi pone esa frase al principio, ni el libro ni su título tienen sentido. “Devórame otra vez” puede servir

para el teatro, el cine, la música. Es decir, con mayores capitales educativos se tiene una mayor selección de lo audiovisual, se lee la revista de cable de otra manera, y con mayores capitales económicos se diversifica el negocio recreativo.

En principio, lo indispensable de la televisión está vinculado con la pauperización cultural, social y económica de las grandes masas. La TV le devuelve un consumo simbólico, un consumo suplementario, complementario, una interlocución, todo eso se analiza en los programas de investigación. Hay una disputa por el tiempo libre desde el aparato laboral, el educativo y el mediático, es decir, cualquier encuesta cerrada o semicerrada sobre consumos culturales te va a dar que las audiencias con mayor capital educativo y económico no sólo son más críticas con respecto a los estímulos de los medios, sino que su consumo es mucho más selectivo. Este es un dato importante sobre lo indispensable de la televisión. Si vos tenés la posibilidad de diversificar tus consumos culturales, en deportivos, estéticos, socializadores, familiares, amicales, políticos, sindicales, ves menos televisión. Esto es así porque el día tiene 24 horas y uno duerme un promedio de ocho. Entonces, primera cuestión: la importancia de la TV se analiza en un contexto en el que se refuerza una predisposición del sistema que es la domesticación de costumbres y empobrecimiento cultural material. La TV es una imposición de oferta. Esto para mí es indiscutible. La gente no ve lo que quiere, ve lo que le proyectan, lo que hay. Las audiencias están desorganizadas, son atomizadas, nadie puede organizarlas.

#### –Es decir que no hay una elección por parte de la audiencia...

–Hay una elección entre lo dado. Yo te digo, “La Aventura del Hombre” y “Cosmos” tenían el mismo rating que Tinelli, iban a la noche por Canal 13 y la gente no decía “me aburro, me aburro, me aburro”. Había un hábito, un acostumbramiento y creo que no estaban tan empobrecidas las competencias. Cuando algunos autores analizan la televisión pública y expresan que debe incorporar entretenimiento, ser atractiva, entre otras cosas, esto se corona en ver como favorable que la televisión pública española tenga “Gran Hermano”. Ahí reconozco un retroceso desde el punto de vista crítico latinoamericano. Me parece que es resignarse a que el lugar de la televisión es importante, así que veamos cómo podemos manejarnos dentro de su influencia y no contrarrestarla de manera crítica.

#### –¿Sería la frase “al que no le gusta, apaga la tele o cambia de canal”?

–Ni el *zapping* ni esa selectividad o ese menú televisivo-interactivo que le proponen a la audiencia se realiza. Además, habría que ejercer el noble arte de la sospecha si estos principios los plantea la industria. Si dice “el que no quiera verme que apague”, en principio es pensamiento crítico. El pensamiento académico tendría que poner al descubierto que esa es una estrategia discursiva de la industria destinada a convencernos de que la TV es democrática porque se puede hacer *zapping*. La expectativa del *zapping*, de la organización de las audiencias que plantea en Consumidores y ciudadanos García Canclini en 1995 y la idea de que el mercado de los canales de cable iba a producir una democratización semiótica, no se dio.

## Entrevista con Carlos Mangone teórico de la comunicación, docente y escritor



Es decir, la gente ve más televisión abierta y en el cable ve lo mismo, lo ratifica. No hay una educación audiovisual, un guión que diga “pueden ver estos documentales o estas películas porque tratan estos temas. Hay un proceso de pauperización de la oferta de los canales de cable. Y la defensa de la nueva televisión es esa: hay canales temáticos, noticias internacionales, información instantánea...

información instantánea...

### –En teoría, se fragmenta...

–Claro, pero creo que los canales que más se ven son los deportivos y algunos de películas muy puntuales. Además, hay otro proceso que me gustaría plantear, vinculado también a la discusión de la Ley (de Servicios de Comunicación Audiovisual). Lo que se ha perdido de vista en los últimos años, o por lo menos no se acentúa, es que la televisión abierta del área metropolitana, que se refleja en la repetición nacional, en los últimos años ha tendido a una programación diaria. ¿Qué quiere decir esto? La TV históricamente tuvo programación diaria hasta las seis de la tarde y mantuvo como programación de día el noticiero, que cambia su contenido. A partir de las siete, esas cuatro o cinco horas, tuvo una tendencia a una programación semanal, lo que implicaba dos cosas: primero, una mayor producción –un programa semanal tiene ensayos, guiones– y segundo, mayor diversidad y pluralismo, más allá de los controles y de las censuras mercantiles o estatales. Una grilla podía tener programas periodísticos, musicales, humorísticos, de teatro televisado, *magazines*, había una diversidad. ¿Por qué la programación hasta las seis de la tarde era diaria? Porque reiteraba los horarios de trabajo y de descansos femeninos e infantiles, entonces todos los días pasaba lo mismo. Esa era la rutina televisiva. Y a la noche había una variante, estaba lo familiar, lo matrimonial.

A partir de la dictadura, con “El Chavo”, “Video Show”, “Los hijos de López”, comenzaron a configurarse los horarios centrales en los canales en manos del Estado. Las productoras independientes empezaron a probar programas diarios.

En las radios AM de nuestro país se da como legítimo que a la mañana haya programas de tres o cuatro horas y a la tarde, de cuatro y cinco horas, con rotación continua de columnistas y conductores. Pero los programas, históricamente, fueron de media o una hora y podrían volver a serlo.

¿Qué ocurrió? Se pasó al horario central la programación diaria, con algunos matices, pero en estos últimos ocho o nueve años, el 75 por ciento de la diversidad desapareció. El *tinellismo* que se reproduce en otros programas, hace que la agenda no se dirija a otros temas. Pensemos cuántos programas se podrían dar y además la desaparición del género en la TV, el predominio del megagénero, del pastiche, del *magazine* es una caída ideológica de la formación estética del televidente. La audiencia tiene un guión muy fuerte de género. Se dice que “la vanguardia rompe los géneros”; para mí los crea, pero nunca uno solo. Esta programación, que tiene que tener un poco de todo, es autorreferencial. Si conocen a una persona que habla todo el tiempo de sí misma y del mismo tema, ustedes dicen que es estúpida. Bueno, la televisión habla todo el tiempo de sí misma y del mismo tema. Decían que la televisión idiotizaba: hoy la televisión es idiota. Cuando Tinelli aparece, todos hablan de Tinelli. Además, en la subordinación de la mujer como audiencia, había dos vergüenzas –que podrán ser relegitimadas en los ‘80 y ‘90–: la telenovela y el programa de chimentos. Eso fue a la noche.

### –Y en horario central, ¿cree que se valoriza eso que se desprecia?

–Si en el ‘70 la ideología decía “ahí hay una subordinación femenina en el cotillero y en el esquema romántico”, o el de “La cenicienta” o el del azar, eso va a la noche y la



trama en general termina siendo repetida. Digo esto porque hay un discurso sobre la TV en América Latina que se legitimó en los '90 y que coincidió también con la multimediación, la inversión publicitaria... ese discurso después se calló. Y ese es un detalle, ¿por qué no habló más? Creo que el resultado de esto es que la televisión mundial empeoró. Y la TV argentina está en el peor

momento de toda su historia, porque tiene los recursos humanos, técnicos, formales y estéticos como nunca, por la formación de cuadros de estos últimos 25 años en todo el país. Frente a eso, su nivel es pobrísimo. En un análisis absoluto y en un análisis relativo, la TV está en el peor momento de su historia.

### – ¿Considera que en algún momento eso puede modificarse?

– Bueno, va a cambiar el mundo también. Pero cuando los teóricos de la comunicación o los críticos culturales rescatan a la televisión, siempre hacen una antología. A mí no me gusta hablar de antologías sino de lo que prevalece en un funcionamiento. Y esto es un error de la investigación. Cuando hacés un programa de investigación y decís, “voy a analizar este programa de TV como un aporte al medio”, ya estás diciendo que la televisión es una mierda, porque estás seleccionando un programa, lo amplificás. Ya se dijo: “La televisión es un instrumento maravilloso..., cuyo uso...”. Muy bien, ahora hablemos de políticas y de responsabilidad de los productores y de imposición de oferta.

El teleteatro empezó a ser revalorizado, olvidándose de la crítica ideológica de los '70 ¿por qué se revaloriza la TV en los '80? Porque se le proyecta la cultura, se dice: “no, forma parte de un consumo que tiene en cuenta la experiencia de la cultura popular”. Como la cultura popular estaba medio proscripta en el análisis académico, entra idealizada a la Academia, sin beneficio de inventario. Pasa un tiempo y el análisis de Olmedo, del teleteatro, el análisis del humor se vincula con la cultura popular, lo que de alguna manera la legitima. Oscar Landi va hacia la vanguardia, hacia el pop, hacia McLuhan para legitimarlo un poco más y esa voz se calló.

### Periodismo, investigación y audiencias

– **La crisis de 2001 supuso el justificativo de decir “no se puede investigar porque mantener un equipo es muy caro”. Retomando esta idea de la falta de iniciativa o de creatividad en los medios en general y en la TV en particular, ¿por qué cree que hoy no hay programas políticos de investigación periodística?**

– Es verdad que hay un proceso de justificación. El escritor francés Paul Nizan hablaba de cuando la gente entra en la “edad de la razón”; cuando se incorpora a los aparatos se incorpora a las estructuras, a las burocracias y a los beneficios. Hay una responsabilidad del campo del periodismo de investigación de haber abandonado una estrategia rigurosa. Los estudiantes de periodismo, cuando empiezan sus carreras, dicen “yo estudio periodismo para buscar la verdad, contra la corrupción”, motivos importantes en los '90. Lo tecnológico fue lo investigativo y lo político cultural, lo alternativo, la contra-información fue un motor para estudiar periodismo. La pregunta que uno tiene que hacerse es dónde están todos esos periodistas. Hoy tenemos a los periodistas de investigación que nacieron en la alternatividad del porteño, del lado izquierdo, de *Página/12*, muy incorporados al aparato multimediático. Digo, Jorge Lanata cuando quiere, puede.

– **Es una decisión política...**

– y... quiere pocas veces. Pero, cuando quiere, demuestra que puede hacer y conover. De todas maneras, el carácter personalista de Lanata limita otras cosas, porque

## Entrevista con Carlos Mangone teórico de la comunicación, docente y escritor



distrae la atención y estamos más pendientes del “Lanata personaje” que de la investigación.

Hay otro factor que ha hecho caer el periodismo de investigación: los objetos de investigación de los ‘90 -menemismo, sindicato, empresas corruptas, coimas, intendencias del conurbano, provincias- han tomado nota de lo que pasó y han decidido algo que es elemental, quizás asesorados por cuadros de la comunicación y del periodismo que trabajan con eso: “publiciten”. Entonces, ustedes van a ver en la pauta nacional, provincial y municipal, que publicitan sindicatos, obras sociales, secretarías de turismo de las provincias, intendencias. Eso limita muchísimo el bistrú del periodismo de investigación.

### – ¿Qué lugar tiene el televidente en este peor momento de la TV?

–Uno podría hacer el juego de que la mayoría de la gente no ve a Tinelli. Es una minoría relativa. Porque, efectivamente, la mayoría no lo ve. Si vos sumás todo el *rating* que no lo mira, es mayor que el *rating* que sí lo hace. Buena parte de la población no tiene cable, entonces tiene un canal regional y *Canal 7*. Por eso no es casual que desde el menemismo hasta ahora, la votación de los grandes centros urbanos es opositora. Siempre. Y en las pequeñas ciudades o pueblos es más oficialista, donde lo local no es tan transgresor o revolucionario.

Entonces las audiencias tienen la marca concreta de su atomización, no pueden organizarse: los padres de una escuela se organizan porque van todos sus hijos al mismo establecimiento, hasta los consumidores de un servicio público se pueden organizar por la sucursal de la empresa que está en su barrio o en su distrito. Las audiencias están atomizadas, fragmentadas, no creo que tengan ninguna responsabilidad. La crítica a los medios no se hace desde los medios mismos, diría que ninguna institución forma a sus críticos. El desarrollo de una mirada crítica se va a dar desde una mirada externa a la familia, a la iglesia, al trabajo. Es decir, “Televisión Registrada” es una purgación semanal de las lacras de la TV para poder cometer los pecados nuevamente, una vacuna que se da el medio para seguir haciéndolo. Yo creo que en este momento sería utópico organizar a las audiencias.

### – Evo Morales estuvo en la Universidad Nacional de La Plata y afirmó que la TV debe ser pública, al igual que los recursos naturales y todo lo que concierne al funcionamiento del Estado.

–Claro, pero no como la ley de educación. La ley del ‘93 dice que toda la educación es pública pero puede ser de gestión privada y/o estatal. Ese subterfugio no permite discutir. Yo creo que toda la educación debe ser pública, no de gestión privada y estatal. Hay sectores que quieren discutir el instrumento técnico legal de la Ley de Servicios Audiovisuales, sobre todo en comparación con la de la dictadura, y no quieren discutir el contexto desde una posición política general. Armand Mattelart y Jean Marie Piemme en *La televisión alternativa* de Anagrama del 81 hacen un balance de los proyectos de TV alternativa -en ese momento casi con tecnologías artesanales-, del lugar de la pequeña burguesía en la animación de la comunicación alternativa, los lenguajes, de la tensión local social, que es muy importante. Es decir, lo comunitario micro, lo pequeño, muchas veces es contrario a lo social, que fue la base del análisis crítico de la comunicación, el análisis ideológico. Lo que proyectó sobre la comunicación de masas fue lo social -racismo, discriminación- y lo local muchas veces se vuelve comunitario, culturalista y no hace análisis, no hace propuesta ideológica distinta porque está muy cerca del poder, del poder micro. Tener una radio en 9 de Julio, provincia de Buenos Aires, es más difícil que tenerla en La Boca, ya que el anonimato de la gran ciudad permite una mayor autonomía política.



### –¿Presenta algún otro problema lo regional?

–Otro problema es el nivel de incidencia de la burocracia política. No es un dato menor que muchos diputados tengan medios. No es de De Narváez el problema, porque él podrá entrar en contradicción con algunos puntos de la Ley, pero muchos diputados y senadores tienen radios FM, tienen canales de cable, canales abiertos en la Provincia. ¿Por qué? Por lo mismo que dijimos al comienzo de esta entrevista y es que la comunicación de masas se visualizó como una influencia y un instrumento de persuasión y consenso político ¿y qué hacemos con eso? El nivel de feudalización de muchas provincias es contrario a la democratización comunicacional. Entonces la comunicación es una expresión de la sociedad, pero no es algo que deriva del funcionamiento social, de la interacción; no es que haciendo la Ley no va a mejorar la sociedad, me parece que lo de la regionalización hay que discutirlo desde el plano de un desarrollo más homogéneo del país, una democratización de las relaciones sociales, de la vida cultural. Nunca la información ni la comunicación de masas ni el periodismo progresaron por la sola existencia de más medios; siempre fue por la visibilidad de las nuevas ideas que reclamaron nuevos medios; no son los nuevos medios los que canalizan nuevas ideas.

### –El proyecto de Ley plantea que se deberá cumplir con un 30 por ciento de producción local en los canales regionales. Según datos del COMFER, hay canales de ciudades importantes como Mar del Plata o Rosario que cumplen con ese porcentaje sólo con el género periodístico. ¿Cómo cree que esto influye en la formación de identidades regionales?

–Ahí entraríamos a discutir el tema de la identidad. En lugares como Mar del Plata o Salta, está a la vista que el problema de la identidad se resuelve de manera diferente. ¿Cuál es la identidad de Mar del Plata? Es la identidad de los pescadores, de la ciudad balnearia. En Salta, la identidad está como anclada en la tierra, en los rasgos de las personas. Me parece que transformaría el tema de la identidad en el problema de la participación colectiva, en la construcción de una estrategia propia, no contradictoria con un proyecto nacional ni con uno social, de clase.

Uno se ubica en una posición, ¿cuál es la identidad de Mar del Plata? ¿El casino, los alfajores o los empresarios, los hoteles? ¿Cuál es la identidad de Salta? ¿Los hacendados, Romero? ¿Cuál es la identidad de Córdoba? ¿Las automotrices, “el Cordobazo”, los sojeros? Cuando uno habla de identidades auspiciables, se ubica en una posición política: ¿qué queremos auspiciar, desde dónde nos ubicamos, ¿queremos que haya más trabajo para los locales, que las noticias sean más locales, que haya un teleteatro en Mendoza? Todo está vinculado a qué queremos hacer. De todas maneras, el mercado capitalista argentino –y esta Ley lo refleja– es un mercado concentrado, de ganancia maximizada y de competencia salvaje. Si eso se traslada a la comunicación –y eso pasó en el sector audiovisual argentino en los ‘60– las repetidoras hicieron lo menos costoso, por eso no había carreras de cine, de periodismo o de comunicación en las regiones. El impulso que pueden tener cincuenta mil estudiantes de comunicación y periodismo, diez mil estudiantes de cine, las facilidades tecnológicas y la decisión política, podría ser enorme. Para eso se necesita un proyecto que vaya más allá. El noticiero o los programas periodísticos tienen que mostrar lo que está pasando. En nuestro país, hay otro problema que es la confusión entre estatal, gubernamental, público y social.

El tema de las identidades en los estudios de comunicación fue primero una reivindicación frente al borramiento que podría producir la globalización y el mercado; después tuvo algunos elementos fundamentalistas, reivindicación cultural y finalmente quedó desdibujado, como una cosa en construcción. En definitiva, cuando

## Entrevista con Carlos Mangone teórico de la comunicación, docente y escritor



uno habla de una identidad construida en un proceso, está hablando que es más importante lo que varía que lo que se mantiene. Y la identidad está muy vinculada a lo que se mantiene. Es decir, Mar del Plata es distinta para muchos que la consumen o la producen; que la usufructúan o la sufren y las identidades se forman en esas interacciones.

Un medio masivo de comunicación tiene que dar cuenta de todas esas situaciones, la orientación de algunos medios no va a auspiciar la discriminación, la explotación, la alienación y la desinformación. Yo me reservo sobre las cuestiones de homogeneización lingüística o bilingüismos, porque son procesos que me parecen políticamente correctos, pero no es lo fundamental. Porque también en el caso de las Naciones andinas o las subregiones, muchas veces determinadas cuestiones de aparente pureza de las identidades esconden nuevas dominaciones, nuevas jerarquías, yo creo que las prácticas definen las identidades y no las identidades condicionan las prácticas.

### –Respecto a la globalización y la mundialización de la cultura, las identidades nacionales ¿pierden o ganan algo de sus componentes esenciales?

–¿Existen las identidades nacionales? Partamos de esa base, porque tampoco la globalización es una sola. García Canclini, en el final de Culturas híbridas, se pregunta “¿cómo ser radical sin ser fundamentalista?”. Tiene un ejemplo de los zapotecos que es interesante como didáctica del tema. Dice: “el artesano zapoteco habla zapoteco”; pero viene un tipo del Museo de Arte Moderno de Nueva York y le propone llevar sus motivos a Nueva York y el zapoteco empieza a hablar inglés. El motivo que quiere llevar y que le hace tejer a los zapotecos es un cuadro de Picasso, que es cultura alta. Los zapotecos poseen una cultura popular y eso se va a volver cultura masiva. La selección de los ejemplos para hablar de la hibridez cultural está vinculada al lugar que ocupa cada uno. Lo que García Canclini produjo en América Latina es el análisis del pasaje, donde se discuten y acomodan diferencias. La tendencia culturalista permite circular en los medios con mayor fluidez; mientras que la discusión de la desigualdad, de las críticas, de las condiciones de producción y flexibilización traban esa circulación.

### Nuevas tecnologías y democratización

#### –¿En qué se basa para afirmar que “la televisión está en su peor momento”?

–Básicamente es el tema de la concentración horaria. La televisión está basada en programas diarios que no garantizan nivel. En la vida cotidiana vos hacés todos los días algo y no lo ensayás, no hay guiones. Hoy leía a Pablo Llonto en “HiperCrítico.com” y decía que no hay investigación desde la radio, sino que hay coloquialismos, comentarios al margen de los diarios, programas que duran tres o cuatro horas. Creo que la televisión pasa por su peor momento por esto de la concentración de la programación. El fin de semana –que en otras épocas era un lugar de experimentación– hoy es un lugar de reiteración, de repetición. Sobre todo por la expectativa que genera la existencia de recursos humanos, tecnológicos y estéticos. Con todo eso, se hace muy poco.

El desplazamiento de algunos autores o analistas hacia una televisión que forma parte de la cultura nacional, tiene el mismo efecto que el panteón nacional, donde todos los próceres que se ajusticiaron entre sí descansan en el mismo lugar, como formando parte de la patria. Entonces, esa crítica a la televisión hoy ha resultado complaciente y sólo mira los errores o los excesos bochornosos del medio. Esa TV que hacía de la ignorancia o de la estupidez de determinadas figuras un ejemplo de lo que no tenía que dar, hoy habla de una suerte de simpática humanización de *bloopers* y de torpezas.





Que eso lo haga la industria o los que protagonizan los fenómenos, vaya y pase, pero que lo hagan los críticos culturales y lo empiece a hacer la Academia, ya es mucho. No porque las traten mal, sino porque ahí se podría llegar a producir un fenómeno que entra en contradicción con lo que van a contar. Los que producen en las industrias culturales con los que han estudiado; es decir, en

general, hay gente que llega a dar posgrados o la mayoría dice “bueno, abandonen la indignación, acostúmbrense a esto”. ¿No les resulta curioso que las carreras de comunicación y periodismo, si bien invitan a gente de la industria cultural, esa gente viene muy poco?

**–¿Cuál cree que será la concepción del gobierno respecto a la Ley de medios y en relación con la televisión digital? ¿La considerará gratuita y abierta?**

–En el N° 4 de *Cuadernos críticos de comunicación y cultura* hay una editorial que integra un debate que tuve con Gustavo López (actual Subsecretario General de la Presidencia de la Nación) en el Centro Cultural de la Cooperación, donde anuncié que se iba a ir del COMFER la cuestión de medios. En los ‘60, ‘70, ‘80 y ‘90 se dio un proceso en el que se pensó, primero, en una crítica ideológica y en un sistema de medios más igualitario. Cuando eso no se pudo llevar a cabo por la represión de la dictadura, por la caída del proyecto reformista revolucionario –que se dio en Chile, Uruguay, Argentina, Brasil, Bolivia, Perú– se pasó a la comunicación alternativa, que era una compensación micro de ese proceso que no se puede ver. En los ‘90 no hubo una política nacional de comunicación. Y cuando la comunicación alternativa tuvo límites concretos, se pensó en la tecnología.

En la teoría de la comunicación en América Latina, las expectativas democratizadoras o democratizantes se fueron dando también en forma similar de la actualidad. Ahora la expectativa democratizante ni siquiera está puesta en la Ley, que sugiere que hay que adecuarla, sino en la digitalización. “Cada uno quiere un medio y lo va a tener”. Esta ilusión es democratizante, no democrática, porque en este momento en la Argentina hay un alcance de Internet importante y está creciendo mucho. A partir de ahí la gente puede informarse. ¿Puede informar? No, ya sabemos que no. Además, porque hay un problema entrópico y comunicacional muy fuerte: al no tener método ni competencia, tu selección o jerarquización es mínima. Es como un alumno que va a estudiar...

**–Y la tecnología también extiende esa brecha, por ejemplo, con la Internet 2.0**

–Pero también Internet tiene la ilusión de duplicar el mundo y uno no puede vivir dos mundos al mismo tiempo. En parte, tiene la lógica de la pornografía, que es algo que repite pero que te va creando la expectativa de que va a ser algo distinto la próxima vez. Es decir, con un objeto distinto, con la cantidad de personas distintas, la expectativa es que vos vas a encontrar en Internet una escena pornográfica que no encuentras y que, curiosamente, te vas a asombrar, aunque después digas “¿de qué me puedo asombrar?”. Además, pensemos el tema concreto de la interacción individual de Internet. No me preocupa tanto eso de la lectura porque leeremos en la pantalla; de la escritura, escribiremos en la pantalla; me parece que, en este momento, están en juego formas de socialización que ya escapan a la cuestión de la tecnología. Hasta Internet permite encontrarte más rápidamente con la información pero también encontrarte más rápidamente con la persona.

**–¿Hasta internet?**

–Claro, porque uno conocía por TV cosas que después iba a intentar buscar; el teléfono te ponía en contacto para encontrarte; el automóvil te llevaba de un lugar a

## Entrevista con Carlos Mangone teórico de la comunicación, docente y escritor



otro para encontrarte; con Internet no. Todo en Internet sería un circuito autogestionario en donde no estaría presente la persona, el olor, el cuerpo, la dimensión corporal, volumétrico, toda una serie de cosas.

La educación virtual, por ejemplo. La videoconferencia, el tutor virtual, el coordinador docente, hacen lo mismo que el profesor

en el aula, entonces Internet no pone en crisis a la clase, sino que la clase está en crisis hace dos mil años.

En mis teóricos digo que si uno tuviese que rescatar cuatro características de la humanidad de lo humano, encuentra la comunicación –que va más allá de señales–, el amor –que va más allá del instinto, la actividad sexual racional, la búsqueda de placer programado–; el trabajo –que no es la mera modificación de la naturaleza en tiempo presente– y la noción de futuro o estrategia, que no la tiene el animal, que vive un puro presente. Si algo cree el animal es que muere hoy; entonces, si vos tenés más contactos y menos comunicación, tenés más “instinto y menos sexo programado racional”, o sea menos amor; tenés más o menos trabajo y no tenés idea de futuro, la sociedad que tenga esas cuatro cosas menos es menos humana. Y la tecnología se inscribe en eso.

En el fondo de todo este proceso –y la crisis internacional lo demuestra– hay una relación social dominada por lo financiero. La crisis actual es la más atípica de la historia de la humanidad. ¿Por qué? En la guerra de los Balcanes, en 1992, en Sarajevo –que es o era una ciudad muy moderna– se producían tiroteos entre barcitos, con Mercedes Benz y con locales de moda en el medio, cosa que no había ocurrido nunca. La modernidad asociada a la guerra era a campo abierto, pero ahora los tipos se mataban en lugares placenteros, en lugares que podían disfrutar. En la crisis internacional actual –como la crisis viral– la gente tiende a decir “¿cómo puede ser, con el grado de progreso que hay, que se produzcan hechos casi como anacrónicos!” Porque Marx decía que lo importante no son las cosas, lo importante son las relaciones de las cosas y las relaciones no se ven.

La gente iba al banco y decía “deposité 40 mil dólares, yo quiero los 40 mil dólares en papel”. Y el banco decía “no los tengo, porque nunca tengo todo lo que depositaron ustedes”. Hoy pasa con la televisión lo mismo que pasa con la comunicación, es decir, si la gente cree que la comunicación de masas es simplemente ese dispositivo o ese contenido, pierde de vista que eso es producto de relaciones sociales que están dominadas por relaciones financieras. Cuando se produce la crisis, es como los periodistas deportivos, que han estado 10 años en oligopolios y ahora les tocan los sueldos y los puestos y no lo pueden aceptar. Las “Tesis sobre Feuerbach” de Marx decía: “los filósofos hasta ahora han interpretado el mundo, de lo que se trata en adelante es de transformarlo”. Yo agregaría: “y no sólo de comentarlo”, porque la interpretación es un paso más que comentar, hoy al mundo se lo comenta. Muchos protagonistas de los fenómenos los analizan como si no fueran protagonistas. La televisión de hoy no da muchas oportunidades.