

---

---

# UN NUEVO MOVIMIENTO AMBIENTALISTA EN LAS COMUNICACIONES Y EN LA CULTURA

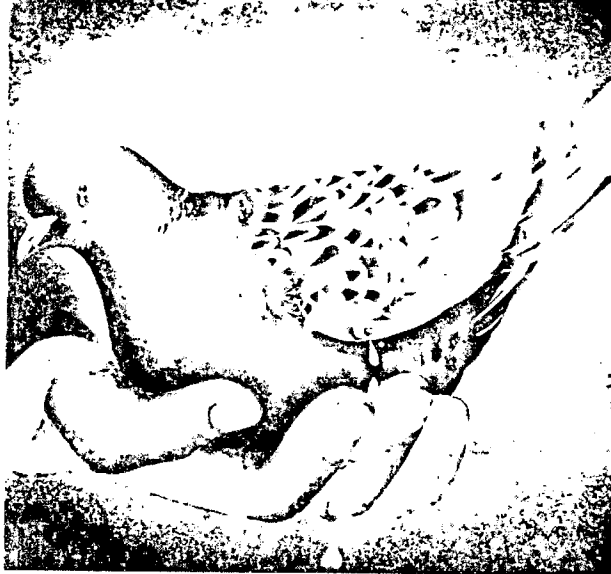
George Gerbner

La discusión sobre comunicaciones, cultura y comunidad no podría tener lugar en un momento más oportuno ya que todos estos procesos han jugado un papel en la construcción del mundo tal como lo conocemos hoy y pueden, sin lugar a dudas, jugar un papel en su quebramiento.

Defino el concepto **comunicación** como la interacción mediante mensajes, la **cultura como un sistema de mensajes** que guían nuestras interacciones con otros seres, y la **comunidad como el proceso de compartir esos mensajes**. Estos procesos construyeron en el mundo tal como lo conocemos hoy. Pero el mundo de hoy ya no es más el producto artesanal de nuestras comunidades, nuestros padres, nuestras iglesias y escuelas. El mundo de hoy es el resultado de un sofisticado proceso manufacturero cada día más restringido y centralizado. Está creado por establecimientos industriales y sus ramificaciones culturales, **los medios de comunicación de masas que andan a la búsqueda de ventas, votos, y poder**. Los creadores están guiados por una compulsión política y comercial que los lleva a presentar la vida en paquetes para la venta y a censurar o suprimir gran parte de todo lo que no encaje en esta fórmula.

El mundo que nosotros conocemos, el ambiente simbólico en el cual crecemos y aprendemos, ha sido transformado para siempre. Recién ahora estamos comenzando a darnos cuenta de la dimensión de dicha transformación. Pienso que las personas que asisten a este Congreso, por su capacidad y receptividad, constituyen la mejor audiencia internacional para analizar estos problemas.

Me gustaría analizar, en tres etapas, el problema de cómo podemos asumir algún tipo de responsabilidad y control sobre los procesos que ayudan a construir nuestro mundo y gobiernan nuestras vidas, y que contribuyen cada vez más a la determinación de nuestros valores. La primera etapa en este análisis consiste en preguntarnos: ¿A qué se debe que nos encontremos en este aprieto? Luego debemos preguntarnos: ¿En qué consiste realmente este aprieto? Y finalmente: ¿Qué podemos hacer al respecto?



## UN MUNDO EN PAQUETES PARA LA VENTA

En primer lugar, ¿cómo es que nos encontramos en este aprieto? Mi idea al respecto está dividida entre tres etapas: las épocas **pre-industriales e industrial y la era de las telecomunicaciones.**

La etapa pre-industrial está caracterizada por una interacción cara a cara, por el ritual, por una filosofía de la vida que incluía la comunidad y la cultura y que más tarde fue denominada religión. Los rituales, las celebraciones, las vacaciones y la reiteración de los valores y de información útil para la tribu y la comunidad, sostenían dichas sociedades.

**Esta etapa es altamente centralizada.** La mayor parte de lo que sabemos (o creemos que sabemos) sobre el mundo es un conocimiento proveniente de **las historias que contamos;** y por un tiempo muy largo dichas historias fueron contadas cara a cara dentro de las comunidades.

Luego viene la transformación industrial. La primera máquina fue la imprenta. **La industrialización de las historias orales** es la pre-condición decisiva de todos los trastornos de la revolución industrial. La invención de la imprenta significa la industrialización de las narraciones orales. Esto hace posible que pongamos nuestra historia en las manos de la gente común y corriente y con esta acción estamos en realidad diciéndole a la gente: Ustedes mismos las pueden leer, no necesitan un intérprete. La primera de las narraciones impresas puestas al alcance de la gente fue la Biblia.

La gente no solamente puede leer las historias por sí mismas, sin necesidad de intermediarios, sino que además las puede llevar consigo donde quiera que vaya: usted

puede dejar su tierra para ir a continentes lejanos, a los puertos, a las ciudades, a las fábricas y a todos ellos usted, puede llevar consigo algo de su comunidad: el libro. De esta manera usted pasa a formar parte de un nuevo tipo de comunidad llamada 'el público'. Esta es una comunidad cuyos miembros nunca se encuentran y quienes sin embargo, tienen mucho en común gracias a la palabra impresa.

Esto a su vez permita la introducción de la reforma. Permite narrar historias desde puntos de vista distintos, rivales y hasta conflictivos, las que representan intereses rivales y conflictivos dentro de la misma sociedad como indudablemente sucede con la revolución industrial. Intereses de clases, trabajadores contra empleadores, intereses de distintas regiones, intereses de distintos grupos étnicos y, sin lugar a dudas, diferentes religiones. En la época de la imprenta se postula la posibilidad de que todos estos puntos de vista e intereses distintos puedan desarrollarse, preservando aspectos de la integridad de cada grupo y diseñando una teoría de comunidades autónomas con diversas orientaciones que, sin embargo, coexisten más o menos pacíficamente.

Entonces llega la televisión, la que nuevamente cambia el panorama al introducir elementos que tienen semejanza con la religión pre-industrial. La televisión es esencialmente un rito. A diferencia de la palabra escrita, el cine, y los medios de comunicación previos, la televisión es usada en forma relativamente no-selectiva. La mayoría de la gente mira televisión de acuerdo con la hora más que con la programación.

Por primera vez en la historia de la humanidad nacen niños en hogares donde (por lo menos en los Estados Unidos) el televisor está encendido durante un promedio de siete horas diarias. Más de la mitad de nuestros hogares encienden el receptor en la mañana y lo apagan en la noche. La gran mayoría de las historias que se le cuentan al mismo tiempo a los niños, a los padres y a los abuelos no son narradas por los padres, o por las escuelas o por las iglesias sino por un pequeño grupo de corporaciones lejanas.

La televisión ha enriquecido el horizonte cultural de muchos al abolir el provincialismo. Nadie está hoy 'fuera de onda' ya que la televisión lleva a los hogares más o menos los mismos personajes, hermosos o feos, famosos y viles; los mismos sucesos y las mismas historias. A pesar de todos los avances y de la abolición del aislamiento y de las parroquialidades, se nos presenta el mundo en paquetes para la venta.

## LOS ACTORES DEL MUNDO DE LAS COMUNICACIONES

Mi próxima pregunta es: ¿qué tipo de mundo es éste? ¿Quiénes son los personajes que actúan en este mundo? ¿Cuáles es su destino? ¿Cuál es la asociación entre los distintos tipos sociales y sus destinos, éxitos o fracasos, triunfos o subyugaciones? ¿Cuáles son las perspectivas, opiniones, los problemas clave con respecto a la vida y a

la sociedad que están siendo cultivados en el mundo de las comunicaciones?

Antes que nada, ¿cuál es el elenco de actores? ¿Quiénes son los personajes que pueblan este mundo? Aquí me refiero al mando de la televisión como narrador de historias. No hago distinción entre ficción, noticias y documentales puesto que creo que no hay una distinción funcional entre ellos. Lo que nosotros llamamos entretenimiento —y lo cual muy frecuentemente descartamos como superficial y frívolo— es el proceso básico de información de la gran mayoría de la gente que no busca información. En el mundo de la televisión americana, hay una mayoría masculina de tres hombres por cada mujer: En el mundo de las noticias, la relación es de seis hombres por cada mujer. De manera que el mundo de la televisión presenta una imagen exagerada y distorsionada no en favor de la realidad sino en favor del poder.

¿Qué clase de mundo puede ser si uno tiene este tipo de actores? Es un mundo envasado para la venta y el poder.

Este mundo de la televisión reproduce sus mejores clientes, hombres de raza blanca en lo mejor de la vida. Cerca del 65% de todos los personajes televisivos estaban dentro de esta categoría. Si uno es joven, de menos de 19 años de edad, la televisión solamente ofrece un tercio del tiempo que debería dedicarle a este sector de la población en proporción al número total de personas que caen en esta categoría. Si uno es mayor de 65 años, la televisión solamente ofrece un quinto del tiempo. Estas cifras no son sólo porcentajes; ellas representan oportunidades en la vida, la distribución de recursos escasos. Estos recursos están repartidos desigualmente y reflejan no a la población real sino una escala de poder y un conjunto de valores que se ajustan a esa escala de poder. En la medida en que uno desciende por la escala de la jerarquía del poder, nos encontramos con un grupo minoritario cuya representación en el medio no es proporcional a la realidad y al que se presenta generalmente como víctima.

Por cada 10 personajes en un libreto, o en las noticias, que cometen un acto de violencia la televisión nos presenta 12 víctimas. Sin embargo, por cada 10 mujeres caracterizadas como seguras de sí mismas y agresivas, vale decir con las mismas características con las cuales normalmente se caracteriza a los hombres, hay 16 que se convierten en víctimas.

Por cada 10 mujeres no-blancas, no norteamericanas que aparecen en los libretos, hay 23 víctimas. Vale decir, estereotipos sociales se asocian con destinos.

Nuestras investigaciones nos muestran que la alta incidencia de violencia, que básicamente constituye una demostración de poder, genera una sensación de inseguridad, una sensación de peligro y vulnerabilidad que aumenta en la medida que baja el estatus social del personaje. Esto es lo que mantiene la desigualdad y la injusticia; una sensación de miedo, de miedo y dependencia aun más grande de parte de aquellos que se encuentran en situaciones de desventaja. La gente que vive con una sensación de

inseguridad y dependencia exige protección e incluso encontrará aceptable la represión si ésta es invocada en el nombre de la seguridad.

También hemos estudiado los efectos de la televisión en la orientación política de la audiencia. Nos encontramos que mientras más mire televisión una persona, mayor es la tendencia a considerarse políticamente moderada. Sin embargo, cuando se trata de tópicos en los que la persona no se considera de centro sus opiniones tienden a ser más represivas, más inseguras, más rígidas y, en muchas formas, más conservadora.

## **EL RETO DE LA TELEVISION COMERCIAL**

Junto a varios grupos que se encuentran representados en este Congreso, hemos realizado un estudio sobre la televisión y la religión. Las conclusiones de dicho estudio fueron muy interesantes. La de más relevancia para este Congreso es la que afirma que el mayor desafío a las iglesias no proviene de la iglesia electrónica que tiene alrededor de 12 millones de fieles en los Estados Unidos, la mayoría de los cuales tienden a ser conservadores políticamente. El desafío más grande para las Iglesias proviene de la televisión comercial misma.

Existe una relación proporcionalmente inversa entre los índices de religiosidad y el número de horas de televisión que el público mira. A pesar de su orientación puramente secular y de mercado, la universalidad e influencia del mundo presentado por la televisión parece satisfacer las aspiraciones religiosas de conocimientos y entendimiento de mucha gente. La televisión describe el universo, cómo está gobernando y cuáles son sus valores.

Entre otros temas, también estudiamos la imagen de la ciencia y las distorsiones de esa imagen. Estos son algunos de los puntos relevantes de un mundo coherente, orgánicamente compuesto, altamente concentrado, totalmente influyente, y casi monolítico, que incorpora distintas corrientes en su ideología dominante. Hoy tenemos que enfrentarnos a la dominación que dicho mundo ejerce en nuestra vida cultural y social, en nuestra vida privada y en nuestra vida religiosa.

Todo esto me lleva al tercer y último punto de esta exposición. Cómo, en nuestra calidad de profesionales en el campo de la educación, en nuestra calidad de miembros de la iglesia, en nuestra calidad de ciudadanos, podemos enfrentarnos al mundo presentado por la televisión. Hoy el dilema más grande de las iglesias es definir el lugar que deben ocupar dentro de la nueva cultura.

## **ENFRENTANDOSE A LA NUEVA CULTURA**

Al analizar el programa de este Congreso veo que este tema está en el centro

de cada sesión y cada taller: ¿Cuáles son las cosas que se permite decir dentro del sistema de comunicaciones de masas y en qué forma podemos formular dicho desafío? ¿Cuáles son las cosas de las que debemos defender para crear un contexto en el cual podamos ejercer control, tengamos mayor influencia y a través del cual podamos enviar otro tipo de mensajes y comunicar otros valores sin que tengamos que sufrir los efectos confusos y distorsionantes de sentirnos que estamos en un mundo extraño?

Como profesionales interesados en nuestras escuelas y en educación, debemos luchar por lo que yo denomino una nueva aproximación a las artes liberales —las que concibo como artes liberadoras. Poner a los individuos en contacto con las grandes corrientes artísticas y científicas, con los grandes filósofos y las importantes religiones humanas, ha sido la tarea y misión tradicional de las artes, las que, por lo tanto, liberan al individuo de su dependencia no-cuestionada de un medio ambiente restringido y, muchas veces, parroquiano.

Pero hoy día, ese aislamiento y provincialismo ya no existe. Por el contrario, tenemos el insistente, compulsivo y cotidiano ambiente de la televisión. De modo que necesitamos hacer uso de las herramientas analíticas y críticas desarrolladas por las artes liberales, para liberarnos del ensimismamiento poco sutil e incondicional creado por las ideas transmitidas por los cientos de miles de historias (algunas llamadas avisos comerciales, otras llamadas programas, y otras, noticias) que el niño de hoy ve constantemente desde su infancia.

Creo que, como ciudadanos, debemos percatarnos de que el desafío de la cultura televisiva es esencialmente un desafío político, un reto institucional. Es un desafío a la política cultural que le permitió existir y la cual probablemente puede ser alterada solamente a través de cambios políticos. Me refiero a un nuevo movimiento ambientalista.

Así como el movimiento creado en relación con nuestro medio ambiente físico es esencial para nuestra supervivencia, un movimiento comprometido con el ambiente cultural es esencial para la calidad de esa supervivencia. Dicho movimiento debería aunar a las iglesias, las instituciones educacionales, las organizaciones profesionales y todos los otros grupos de ciudadanos que han surgido en muchos de nuestros países y en muchas de nuestras comunidades.

Si bien no sé cuanto se demorará en hacerse realidad, yo estoy luchando por una forma de coordinación, o por lo menos una forma de compartir las opiniones de numerosos grupos, alrededor del mundo y de los Estados Unidos, que, en forma creciente, están preocupados con políticas culturales. Dichos grupos están no sólo preocupados por la nueva cultura sino que también quieren enfrentarse al desafío que ésta les presenta. Son capaces de, y están dispuestos a asumir la responsabilidad y el control de las culturas que están influyendo en nuestra visión del mundo y en nuestras vidas. Este, creo, es el desafío al que nos enfrentamos.