

## EL DEBATE SARLO/LANDI: ENTRE LA ELECCIÓN Y EL ZAPPING

Alel Jait y Sergio Díaz  
Universidad de Buenos Aires (Argentina)

En el contexto del pasaje que se produce entre el alfonsinismo y el menemismo, la televisión no va a estar exenta de la implementación de políticas neoliberales a través de la privatización de los canales y emisoras. Pero para que esto sucediera hubo de modificarse primero la ley de radiodifusión permitiendo la entrada de capitales extranjeros, la formación de multimédios, *holdings* y monopolios. Así ya no sólo los soportes tecnológicos dependían de los usos foráneos, sino que la programación estuvo cada vez más sujeta a una lógica comercial dependiente de una estructura de capitales transnacionales.

“El proceso de reducción del Estado argentino iniciado en 1989 implicó un profundo cambio, no sólo en el modelo económico sino también en el ámbito social y cultural. Las medidas implementadas para la ejecución de las reformas generaron amplios y controvertidos debates. Los medios de comunicación y el régimen de radiodifusión fueron uno de los objetivos de este proceso” (AA. VV.: 2003).

En el campo de la comunicación y la cultura, el Seminario “Política y comunicación: ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?” realizado en la provincia de Córdoba a fines de 1991 representó un espacio de reflexión sobre las desventuras de lo político en el nuevo escenario cultural massmediático que prefiguró nuevos modos de circulación de la palabra. Destacados especialistas argentinos de diversas disciplinas intentaron responder al interrogante en torno a la posibilidad de existencia de la política en la cultura mediática.

Participaron del encuentro: Nicolás Casullo, Francisco Delich, Cristian Ferrer, Ricardo Forster, Oscar Landi, María Cristina Mata, Beatriz Sarlo, Héctor Schmucler, Luis Quevedo y Silvia Tabachnik. Como resultado del debate teórico y teniendo en cuenta la posición que los participantes adoptaron en función del eje convocante comunicación/política, es posible armar tres grupos. En el primer grupo podríamos ubicar a Oscar Landi y a Luis Quevedo quienes, si bien poseen un discurso crítico, conciben que la transformación del discurso político al encontrar nuevas formas de circulación es inevitable y que, de ningún modo, esto implica un retroceso. En el segundo grupo ubicaríamos a Ricardo Forster, Nicolás Casullo y Cristian Ferrer, quienes denuncian un empobrecimiento de la retórica política debido a su entrada a la televisión sumada a una cierta complicidad de los intelectuales cooptados por el mercado. En una tercera posición encontraríamos a Sarlo para quien la estética de los massmedia coincide con el estilo político de la época, donde se establece una relación armoniosa (Cf. Mangone: 2007-2008).

La discusión plasmada en las ponencias de Landi y Quevedo pone el énfasis en la *sustancia de lo político* y en *qué es hoy* [por aquel entonces] *hablar de política*. Sobre el primer punto y, desde la perspectiva de Quevedo, la política va por delante de la TV, Menem inaugura una relación con los medios que luego es copiada por su efectividad; por lo tanto, no es que la televisión reguló a la política pero la política recibe este nuevo modo de hacer de la televisión y lo procesa. Para Quevedo

no habría una forma noble y otra innoble de comunicación política: “Creo que la política se constituye en las diferentes coyunturas históricas y se constituye creando y produciendo las condiciones de reproducción o no de sus propias reglas de constitución. Y esas reglas pueden transitar el camino del discurso, de la argumentación, de la publicidad, del juego” (AA. VV.: 1992). La forma de comunicar es nueva, lo que no es nuevo es la transformación de los canales de comunicación políticos.

Desde la perspectiva de Landi, “(...) ninguna campaña política puede prescindir del momento argumentativo, que es donde se ancla el sentido” (AA. VV.: 1992).

Con relación a la pregunta sobre *qué es hoy hablar de política*, para Landi no hay una desnaturalización de la política –porque no existe una naturaleza de la política– sino que hay una reconfiguración. Ahora bien, en esta reconfiguración, Landi postula que se exageró con el papel adjudicado a los medios masivos.

Cabe aclarar que retomamos sintéticamente las ponencias realizadas por Sarlo, Landi y Quevedo, por ser las más representativas de la discusión de un período y, además, por su carácter antagónico. No obstante, luego nos detendremos en el debate originado entre Sarlo y Landi, dado que trascendió la realización del encuentro. El Seminario *Política y comunicación: ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* es contemporáneo a la publicación del libro *Devórame otra vez* de Landi y a la furiosa crítica que Beatriz Sarlo lanzó contra este.

### **El debate Sarlo/Landi (1)**

En la pantextualidad televisiva, el videoclip sería la forma más representativa de la imbricación genérica, el producto por excelencia de una época caracterizada por el pastiche, el micro relato, la disimetría y el fragmento.

Para Landi el videoclip representa “la metáfora perfecta de la posmodernidad, el centro de la cultura audiovisual que domina nuestro presente, la crisis de todos los relatos, la síntesis de lo efímero, lo mejor y lo peor del pop art” (Landi: 1992).

Estas características de época podrían resumirse en la concepción que el semiólogo italiano Oscar Calabrese plasmó en torno al neobarroco. El neobarroco es un aire de tiempo, una mentalidad, que consiste en “la búsqueda de formas –y en su valorización– en la que asistimos a la pérdida de la integridad, de la globalidad, de la sistematización ordenada a cambio de la inestabilidad, de la polidimensionalidad, de la mutabilidad” (Calabrese: 1999).

Así, el neobarroco sería una forma subyacente que funcionaría como molde para aquellas manifestaciones emergentes en determinada época que confluyen en una “estética social”. “Para Calabrese, la poética neobarroca como forma del gusto surge precisamente de la difusión de los medios de comunicación de masas actuales. La pantalla televisiva, lejos de remitirnos a un discurso único y uniforme compartiría la irregularidad de la perla: excentricidad, exceso, detalle, fragmentación, inestabilidad, metamorfosis, oscuridad y laberintos” (Landi: 1992).

Al ser el videoclip una mezcla extrema de recursos técnicos y expresivos podría pensarse como la máxima expresión de la disolución de los géneros; sin embargo, para Landi ha entrado en las clasificaciones del organigrama cultural ya que corresponde a la modernidad y tiene por consumidores a los jóvenes (Landi: 1992).

En este sentido, es para Landi el videoclip un género síntoma, es la expresión anudada de otra cosa que encuentra el modo de satisfacerse a través de su producto, cuyas características formales son: “*collage* electrónico (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas especiales); división, simultaneidad y fragmentación de la narración en planos y significados; secuencias en un tiempo no lineal; manipulación digital de los colores y las formas; absoluta artificiosidad de la composición de la imagen; simulación de escenas; transformaciones geométricas libres; efectos gráficos; fusión, disolución y simultaneidad de imágenes; superposiciones; tomas desde ángulos extremos; iluminación desde atrás de la escena; montajes rápidos; utilización del dibujo animado, de imágenes computarizadas y de la danza” (Landi: 1992).

Un sintomático fruto neobarroco, el videoclip no surge de un centro productor reinante sino que nace de la periferia y la mixtura de lenguajes electrónicos derivados de la experimentación con los recursos televisivos. La estética del clip, mezcla de formas artísticas e imágenes cotidianas, mezcla de vanguardia y publicidad, representa un deshecho cultural. Éxtasis por la superficialidad, deshecho como estética, toda la cultura se convierte progresivamente en chatarra, escombros, desperdicios (de la historia) (Landi: 1992).

El clip se asocia con la política al ser una nueva vía de promoción electoral en la que el votante debe elegir a su candidato.

Beatriz Sarlo retoma y tergiversa un párrafo enunciado por Landi que da por título “La teoría como chatarra”, artículo en el que polemiza con las ideas, anteriormente expuestas, de Oscar Landi. “A las ideas de Landi, entonces. Básicamente el núcleo teórico se puede enunciar así: la televisión es el espacio de la mezcla de ‘géneros’, discursos, temas formatos; y tiene como estrategia predilecta el reciclaje. Como muchos, Landi piensa acertadamente que la televisión y lo audiovisual en sentido amplio han reorganizado la cultura contemporánea. A diferencia de otros, el sentido de esta reorganización le parece globalmente positivo y, cuando se deja llevar por el entusiasmo, emancipatorio.

Sobre esta tesis, Landi elabora su convincente análisis de la política en la televisión, y sus notas sobre Olmedo y el video-clip. Lo demás forma parte de ese *continuum* de argumentos que se escuchan en las reuniones de comunicólogos en toda América Latina, y que, con mejor escritura, expone Baudrillard en textos brillantes por su densidad descriptiva y sus elipsis aforísticas. Landi, tan honrado artesano de la academia como cualquiera, cita a éste y a aquellos en sus notas al pie. Entonces, ¿se equivoca Ure cuando afirma que Landi es el primero que piensa la televisión desde su propia materia? ¿No vio las notas a pie de página? ¿Quizás, en el apuro de la tarea periodística, no terminó de leer y se quedó con los recuerdos del seminario sobre Olmedo que Landi dirigió en la Universidad? O, por el contrario (y esto es lo que creo), Ure captó bien el sentido de la operación realizada por Landi, que piensa la televisión ‘desde su propia materia’, porque la piensa anulando la distancia intelectual y moral de la crítica. Sin embargo, busca auxilio en otros que han pensado la televisión desde ella y desde otras materias, intercala citas filosóficas o estéticas que tironean del texto, llevándolo a un lugar donde Ure dice que no hay que ir: el lugar diferente de la televisión para pensar la televisión. Landi cita a Sarduy, a Platón, a Ginzburg, a Jauss, y esta lectora queda con la impresión de que esas decoraciones son exteriores a su empresa teórica. Para decir lo que Landi

quiere decir no es necesario Sarduy ni la teoría del barroco: no digo que Sarduy no sea necesario a otro discurso sobre la televisión, digo que no es necesario a éste. Como también es excesivo el Renacimiento, al que se alude en el prólogo del libro, para escandalizar a los lectores bienpensantes. Estas citas son un plus compositivo y legitimador que Ure pasa por alto para llegar al centro: Landi, pensador realista, estudia la televisión desde la televisión” (Sarlo: 1992).

Esa última sentencia es la que condensa la lapidaria crítica que Sarlo profiere contra Landi, la de un teórico que no puede tomar una distancia crítica de su objeto, sino que es devorado por este. Sarlo arremete o reacciona ante la reseña publicada por el periodista Alberto Ure en el diario *Clarín* en 1992, a propósito de la publicación del libro de Landi, *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hizo la gente con la televisión*, en ese mismo año. En su descargo, Sarlo acusa a Landi de juntar la Biblia con un calefón y, en una adopción camaleónica de la época, volver indistinguible unión de retazos su propio discurso.

Landi retoma a Sarduy justamente para dar cuenta de una mentalidad, de un estilo de época coexistente con la televisión; utiliza “la metáfora del neobarroco para describir el torrente de imágenes que se suceden y superponen en la pantalla” (Sarlo: 1992).

Retoma la idea de excentricidad propia del sujeto y de la pintura para argumentar que “Las nuevas tecnologías comunicativas nos demuestran de manera evidente que no hay centro posible para la razón individual” (Sarlo: 1992).

Ahora bien, Sarlo va a atacar los cimientos del edificio conceptual de Landi y se va a enfrentar, justamente, al producto que mejor define y aglutina las características de la televisión de los años 80 y 90, es decir, el videoclip.

“Como el clip, las obras de vanguardia se basan ‘en discontinuidades y combinaciones de los lenguajes y narrativas’. El hecho de que la ruptura fue producida hace más de sesenta años y que se fue incorporando a los posibles narrativos en el curso de esas décadas, a Landi lo tiene sin cuidado. Cuando Joyce modifica radicalmente la gramática del relato está haciendo saltar en pedazos la novela tal como había llegado hasta él; su práctica fue radicalmente inaceptable porque se descubrió, con acierto, que era radicalmente revolucionaria en lo estético y en lo moral. Joyce fue *ilegible* (el *Finnegans Wake* sigue siendo uno de los puntos más altos de negatividad).

No es necesario considerar esta negatividad como un valor para descubrir que el clip presenta un problema distinto: forma legible, fuertemente atada a íconos que potencian el reconocimiento, pauta por la repetición y la tenaz coherencia de la música. Quizás por eso mismo, Landi cree que el video musical ‘puede ser considerado como una pieza central de un proceso positivo de transformación del mismo concepto de realidad, de emancipación de las visiones duras de la historia vigente en la modernidad’. Inspirada en Gianni Vattimo a quien se cita, la positividad emancipatoria del clip sería claramente posmoderna: el clip liberaría de los grandes relatos, de las prisiones de la razón, de la fundamentación de la práctica según valores, de la centralidad del sujeto, de las teleologías, etcétera. Y, al mismo tiempo, el clip se pone al servicio de viejas historias (como antes nos explicó Landi que hace el teleteatro). Esta limpieza emancipatoria que hace el clip de las prisiones tendidas por los grandes relatos, no es ajena a otra de sus virtudes: poner en evidencia “el éxtasis por la superficialidad, el desecho como estética” (Sarlo: 1992).

Pero para Sarlo, el que entra en éxtasis, verdaderamente, es Landi, ya que según su teoría el clip denuncia lo mismo que a él le gustaría denunciar sin atreverse del todo: precisamente que “toda la cultura se convierte progresivamente en chatarra, escombros, desperdicios (de la historia). La santificada cultura clásica ya hace tiempo que se convirtió en eso. Sus precios se habrían precipitado al vacío si no se los apoyara. Este sostén de los precios de la cultura de elite se llama subvención. La subvención, por lo tanto, es tan sólo una especie de contramaniobra estatal en el seno de la cultura del *dumping*. Mantiene la ficción y la ilusión de que la cultura de elite no es una cultura de desecho” (Sarlo: 1992).

Sarlo, además, acusa a Landi de elaborar tesis sobre el clip sin analizar en ningún momento, ni tener como parte del corpus, un solo videoclip; por ello para Sarlo es inviable el análisis que Landi realizó ya que construyó una teoría sin tener un objeto. En este sentido es que para Sarlo, Landi posee una distancia de la experiencia de un calibre similar a la que mantiene con la cultura clásica.

Sigue Sarlo: “Landi afirma que la televisión es instauradora de realidad: allí donde lo real huye en un abismo neobarroco (escribe Landi citando citas de Sarduy) la televisión produce lo único real, y produce las leyes de su verosímil. Lo que nos quita como centralidad subjetiva, nos lo devuelve transformado y centuplicado en mundo simbólico. Por eso, Landi piensa que la gente le pide a la televisión que la devore de nuevo, precisamente ‘para participar del efecto de realidad que producen las imágenes en el mundo actual’. Como Verón ya ha teorizado sobre la cuestión, Landi se siente eximido de mayor argumentación discursiva. Ha llegado donde quería llegar: la admiración por los éxitos de los massmedia se cierra en esta concepción celebratoria sobre su capacidad para fundar lo único real posible, la de las imágenes” (Sarlo: 1992).

El videoclip y el videojuego son para Calabrese los ejemplos más obvios de la temporalidad sintética que consiste en dotar a la representación de una velocidad inusitada. “En las últimas generaciones de juegos y musicales filmados es posible constatar que el tiempo de representación requiere respuestas extremadamente aceleradas, so pena del final del juego mismo o de la inteligibilidad de la historia filmada. Que se trata de un umbral superior de percepción está demostrado por el hecho que son hábiles en este tipo de competición o de visión sólo los muchachos muy jóvenes, los únicos que pueden tener reflejos adecuados a la terrible escansión del ritmo representativo” (Calabrese: 1999). Para Calabrese todo el universo de las comunicaciones de masa requiere de estas competencias marcadas por el ritmo acelerado y denomina como “síndrome del pulsador” al hecho del comportamiento instaurado por la lógica del consumo televisivo. “El espectador ya se ha acostumbrado firmemente a pasar de un programa a otro, vinculándolos instantáneamente, infiriendo su contenido de pocas escenas, recreando sus propios palimpsestos personales y sobre todo eliminando las diferencias ‘históricas’ entre las diversas imágenes percibidas.

La superación de los umbrales de la percepción temporal conlleva con toda probabilidad algún cambio también en la visión del mundo” (Calabrese: 1999).

Según Calabrese el primer cambio hay que buscarlo en el sentido que se le otorga a la historia y que difiere del otorgado en otras épocas. La contemporaneización de cualquier objeto cultural es su principal característica. La segunda, en cambio, es el “sentimiento de verificabilidad de

lo real: (...) la técnica de representación produce objetos que son más reales que lo real, más verdaderos que lo verdadero” (Calabrese: 1999).

En esta línea, Baudrillard postula la existencia de una hiperrealidad “ya no es más que algo operativo que ni siquiera es real puesto que nada imaginario lo envuelve. Es un hiperreal, el producto de una síntesis irradiante de modelos combinatorios en un hiper espacio sin atmósfera. En este paso a un espacio cuya curvatura no es la de lo real, ni la de la verdad, la era de la simulación se abre, pues, con la liquidación de todos los referentes, peor aún: con su resurrección artificial en los sistemas de signos, material más dúctil que el sentido, en tanto que se ofrece a todos los sistemas de equivalencias, a todas las oposiciones binarias, a toda el álgebra combinatoria. No se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real” (Baudrillard: 1978).

Realidad, representación y velocidad son variables que intervienen, conceptos convocados por la discusión que se inaugura con la nueva sensibilidad massmediática.

Según Paul Virilio “ya no vivimos más en un mundo de segundos; vivimos en un mundo de infinitamente pequeñas unidades de tiempo y este pasaje de un tiempo extensivo hacia un tiempo intensivo tendrá un impacto considerable en todos los variados aspectos y condiciones de nuestra sociedad: nos conduce a una reorganización radical tanto de nuestros hábitos sociales como de nuestra imagen del mundo. (...) Es una época en la que el mundo real y nuestra imagen de él ya no coinciden. (...) Lo cierto (...) es que nuestros problemas actuales de percepción resultan del hecho de que la realidad y nuestras imágenes de ella no se relacionan más una con otra. (...) Mi posición es muy diferente a la de Baudrillard dado que lo que yo veo no es simulación sino sustitución” (Virilio: 1998).

Con relación a este problema es Sarlo quien postula que “La velocidad del medio es superior a la posibilidad de retención de sus contenidos: el medio es más veloz que lo que transmite. Por eso, no se dice algo en televisión, sino que se está ahí, en la pantalla. (...) La pausa es la enfermedad de la estética massmediática porque daña lo que se considera su mayor virtud: la variada repetición de lo mismo” (Sarlo: 1991). Es en esta repetición de lo mismo que abre una falsa posibilidad de elección en donde el zapping encuentra su asidero.

Para Sarlo el zapping dispone una cadena sintagmática en la que el texto es creado por el televidente a partir de los retazos disponibles; el resultado es el de una sintaxis en la que todo se iguala. “En realidad, podría decirse que esta sintaxis es una ausencia de sintaxis, porque no establece un sistema de subordinación ni un orden entre sus grandes bloques. Es, básicamente, una asociación interminable y periódica, en la que se incluyen los publicitarios y los programas. De allí la posibilidad permanente del zapping: nada se pierde al saltar de un lugar a otro, porque en todos los lugares está lo efectivamente igual. El zapping es la ilusión de la elección en la ilusión del mercado audiovisual. En realidad (salvo en el menú del videocable) no hay mercancías diferenciadas, ni, en consecuencia, elección. En tómbola del zapping más que un ejercicio de la libertad hay una respuesta del tedio: desplazarse para seguir en el mismo lugar; en el límite, convertir a la programación en un videoclip hogareño realizado desde el control remoto” (Sarlo: 1991).

Ahora bien el mecanismo del zapping es digitado por el control remoto, artefacto que auspicia la puesta en funcionamiento de la máquina sintáctica, el sentido es creado a partir de la pulsación que el televidente realiza según las leyes aprehendidas de su gran maestra, la televisión. Estas leyes o consignas asimiladas por el espectador pueden ser resumidas en cuatro, según Sarlo: "a) Primera ley: producir la mayor acumulación posible de imágenes de alto impacto por unidad de tiempo. (...); b) Segunda ley: la velocidad del medio es superior a la capacidad que tenemos de retener sus contenidos. El medio es más veloz de lo que transmite. (...); c) Tercera ley: evitar la pausa y la retención temporaria del flujo de imagen. (...); d) Cuarta ley: el montaje ideal, aunque no siempre posible, combina planos muy breves; las cámaras deben moverse todo el tiempo para llenar la pantalla con imágenes diferentes y conjurar un salto de canal" (Sarlo: 1994). De estos postulados propios de la televisión se nutre el televidente para ejercer la práctica del zapping y al hacerlo, los reproduce condensados. Pero además, el correr de las imágenes dinamiza la fantasía participativa: "Como muchos de los fenómenos de la industria cultural, el zapping parece una realización plena de la democracia: el montaje autogestionado por el usuario" (Sarlo: 1994).

En síntesis, si bien para Sarlo, el videoclip es un producto interesante de la industria cultural e ineficientemente abordado por Landi, el zapping va a ser aquello que le imprime novedad a la televisión. Para Sarlo: "Como sea, el zapping es lo nuevo de la televisión" (Sarlo: 1994).

### **Videopolítica**

Un apartado especial es el dedicado en las reflexiones de Sarlo y Landi a la videopolítica en tanto inaugura una nueva etapa en la relación entre política y comunicación. Como ya hemos visto, la dimensión massmediática traspasa las barreras de la pantalla y convierte a cualquier fenómeno en massmediático. Particularmente la sociedad que será pensada y se establecerá entre la televisión y la política coincidirá con la transición democrática y, luego, con el triunfo del menemismo. En ambos procesos, la televisión fue un actor clave, claro está, por diferentes motivos.

"La primera campaña marcada por las modernas reglas de la videopolítica fue la de 1983. El joven e innovador candidato radical, Raúl Alfonsín, fue el primero en recurrir a un grupo de expertos publicitarios, como David Ratto y Gabriel Dreyfus; el primero en difundir una treintena de spots televisivos coherentes y en concentrar sus esfuerzos financieros en la televisión. Su campaña registró dos marcas novedosas: el rombo celeste y blanco con las letras RA y el saludo con los brazos tomados. Finalmente, Alfonsín fue el primer político importante que se animó a romper los moldes y participar en programas televisivos de interés general, incluyendo uno en el que se burlaban de él: el de Mario Sapag.

Seis años después, Menem le dio un nuevo giro a la comunicación política. Convertido en un predicador laico, le imprimió un tono emotivo a su campaña ('el peronismo vuelve a enamorar', 'con Menem vuelve la alegría' y 'siganme') y hasta se animó al humor para cuestionar a la UCR: 'Suárez Lastra, nosotros no'; 'Lo malo de Caputo no es que viaje sino que vuelva'; y 'Si Pugliese no puede trate con Piazzolla', se burlaba el candidato en los afiches" (Natanson: 2004).

Así, durante la década del 80 y principios de los 90 es incesante “La intervención de los medios, particularmente de la TV, en la construcción de la escena y los nuevos lenguajes de la política” (Landi: 1992).

Sin embargo, para Landi fue magnificado el rol de la televisión en las lecturas posteriores que se realizaron en torno a la elección de Alfonsín.

La credibilidad de los medios ante la gente, para Landi, estaba amenazada al igual que todo lo demás. La televisión era una mediadora entre los políticos y la gente, era un nexo cuya credibilidad estaba igualmente amenazada aunque transmitiera los rituales renacientes de la democracia, entre ellos, las campañas electorales que utilizaron a la televisión como vehículo de la política.

Aquello que anteriormente formaba parte de la esfera pública comienza a suceder en la televisión ya que esta posibilita la amplificación de lo político en relación con la experiencia, entonces, se transforma la actitud de la gente respecto a los medios, dado que la vivencia del acontecimiento político se produce sólo gracias a que fue visto por TV.

La irrupción de la videopolítica es un fenómeno sostenido en el biopoder según Sartori.

“Se trata de un cambio civilizatorio, en plena expansión, a favor de la cultura audiovisual. (...) asistimos a la emergencia de un ‘homo ocular’, de la persona video-formada que se relaciona con el mundo desde lenguajes visuales, quedando atrás el ‘homo sapiens’ y sus virtudes letradas” (Landi: 1992).

“Si bien la televisión todo lo devora, avanza hasta donde sus víctimas se lo permitan. Desde un punto de vista institucional la importancia que vaya adquiriendo la videopolítica está en relación directa, privilegiada, con las características de los partidos políticos en cada país. En ausencia de un razonable grado de institucionalización de los mismos, con poco perfil e influencia ideológica sobre la sociedad, ante débiles lealtades partidarias y pocos votantes cautivos, se genera un espacio abierto en el que el poder del video se extiende con pocos contrapoderes a la vista. Desde este ángulo, lo que estaría en juego es la misma estructura y las formas de acción política” (Landi: 1992).

Esta forma dependerá de la coyuntura y las características propias del país en el que se establezca la relación entre televisión y política; aunque la primera se convertirá en coproductora de la segunda. Para Landi, la tendencia devoradora de la televisión no hará omisiones con el sistema político, sino que lo incorporará e intervendrá en él según la debilidad o fortaleza que presente cada partido.

Como ya lo hemos insinuado anteriormente, tres momentos son los que se pueden marcar en la relación entre televisión y política: 1) el de las campañas electorales correspondientes a la vuelta de la democracia; 2) hasta el discurso del alzamiento carapintada la política se escenificaba en un teatro cuyo registro era televisado, a partir de ese momento, en cambio, el escenario va a ser la televisión y el político representará su papel en ella; 3) con Menem el político ya no va a la televisión sino que es parte de ella. “Menem significaba el reemplazo de la palabra por el gesto y la imagen” (Landi: 1992).

Existe una “profunda imbricación entre los medios y el poder político. Este hecho se expresa en la capacidad que tiene la TV para hacer jugar papeles a los políticos en sus propios géneros” (Landi: 1992). Produciéndose, además un desplazamiento de personajes que no son del campo de la

política hacia la política. No obstante, Landi aclara que los medios no generan candidaturas, sino que los políticos utilizan los espacios televisivos para humanizarse y mostrarse iguales que los votantes.

“La política audiovisual activa en el televidente sus modos de desciframiento de la imagen: un gesto de un político en una debate es la expresión de ciertos atributos (...) sólo porque el receptor así lo considera. (...) El tele espectador se va transformando (...) en un lector de indicios” (Landi: 1992).

Así como la injerencia de la televisión en el sistema político depende de los límites o la fortaleza que muestren los partidos, en períodos de inestabilidad, como lo fue el hiperinflacionario, la televisión afirma su carácter de mediadora social; asimismo, la televisión también visibiliza a organizaciones y movimientos sociales y los posiciona de otra forma ante la opinión pública.

Por su parte, para Sarlo es inútil lamentarse por las formas pasadas y míticas de la política, ya que la forma de la política es moldeada por la televisión. Por consiguiente “si los conflictos no son presentados por la política, los medios toman su lugar señalando otros caminos prepolíticos o antipolíticos para resolverlos”.

En este recorrido, los políticos “renuncian a aquello que los constituyó como políticos: ser la expresión de una voluntad más amplia que la propia y, *al mismo tiempo*, trabajar en la formación de esa voluntad” (Sarlo: 1997).

Al respecto, Sarlo esbozó siete hipótesis sobre la videopolítica: Primera: “La videopolítica es hoy la forma más visible del aspecto público de la política. Se trata de una reconfiguración tecnológica y cultural de la que ya no es posible imaginar un retroceso. (...) Por eso lo que hoy llamamos videopolítica es la forma actual de la política en las sociedades occidentales. Segunda: “La videopolítica ofrece formas aparentemente no mediadas de presentación de las cuestiones públicas. Circula la idea de que todo puede ser mostrado de manera inmediata y, sobre todo, en directo. (...) La videopolítica impone sus reglas sobre las del discurso político: cambios en el estilo de argumentación, en la lógica y la retórica, en los niveles de la lengua, en el sistema de imágenes, en el tiempo de interpelación”. Tercera: “Se establece una distancia aparentemente menor entre ciudadanos y políticos profesionales”. Cuarta: “la videopolítica adopta una forma discursiva más sencilla y accesible que la de las instituciones deliberativas del sistema político. Por eso, pretende ser un relevo de instituciones más lentas y más ineficientes.” Quinta: “La videopolítica vive en puro presente”. Sexta: “A la televisión no le interesa registrar aquello que la política puede mostrarle siguiendo sus propias reglas. Por el contrario (...) la política monta el acontecimiento para que este merezca el registro de la televisión hasta el punto en que muchos acontecimientos políticos son producidos sólo para ocupar un lugar en la videósfera”. Séptima: “La videopolítica transforma la democracia representativa en democracia de opinión” (Sarlo: 1997).

La videopolítica confluye con una representación en la que la televisión comienza a desplazar a las instituciones que anteriormente imprimían ciudadanía, en la era del televidente la videósfera delega sus poderes en los televidentes.

### **Crisis institucional**

Siguiendo el debate planteado entre Sarlo y Landi, ambos van a referirse a los factores que influyeron en la crisis institucional de una democracia en recuperación y, en este punto, la relación del

sistema político con el massmediático. Para Landi, la política se desarrolla en el campo de la mirada a través de dispositivos políticos comunicativos y, este autor, no comparte la visión de que los medios reemplazaron a los partidos sino que postula que los medios modifican a la política que, en realidad, se va modificando por una crisis propia e interna.

“La crisis de representación de gran parte de los partidos latinoamericanos –en medio de la quiebra financiera de los Estados y de la dureza de las restricciones de nuestras economías– facilitó la expansión de la TV como escenario principal y también como actor de la política” (Landi: 1992). En este contexto, la prensa reemplazó ciertas funciones de instituciones desgastadas y en espacio de asilo para demandas que antes eran depositadas en los poderes del Estado.

Para Sarlo “La verdad de la televisión está en el registro directo en directo, no sólo porque esa sería su original novedad técnica sino porque en ella se funda uno de los argumentos de confiabilidad del medio: frente a la opacidad creciente de otras instituciones, frente a la complicidad infernal de los problemas públicos, la televisión presenta *lo que sucede tal como está sucediendo* y, en su escena, las cosas parecen siempre 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” (Sarlo: 1994).

El discurso de la ineficiencia de lo público fue la condición de posibilidad del protagonismo de la televisión y de los medios masivos de comunicación en general; su correlato fue el descreimiento y la desconfianza en las instituciones, particularmente en las vinculadas con el poder político y judicial. Entonces, “El público recurre a la televisión para lograr aquellas cosas que las instituciones no garantizan: justicia, reparaciones, atención. Es difícil afirmar que la televisión sea más eficaz que las instituciones para asegurar esas demandas. Pero sin duda parece más eficaz, porque no debe atenerse a dilaciones, plazos, procedimientos formales que difieren o trasladen las necesidades” (Sarlo: 1994).

La democracia vuelta burocracia produjo un alejamiento que la virtualidad de la pantalla pudo capitalizar para generar una ilusión de cercanía con su público. Mientras “la realidad entra en estado de sospecha” (Margulis: 1992) y es cada vez más cuestionada por la intelectualidad, se transforma en algo cada vez más indiscutible por los televidentes y el público en general. La pantalla representa la realidad cotidiana.

En Argentina durante el comienzo de la década del noventa, el “crecimiento en la imagen positiva de la prensa llegó de la mano de una caída en picada en la confiabilidad de la gente hacia el aparato político y judicial, supuestas columnas constitutivas de la democracia representativa. Según el Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría, la prensa crecía en la escala de confianza de las instituciones frente a la población de un 25% en 1990, hasta un 48% apenas dos años después. Y en 1994 otra estadística subrayó el crecimiento de los massmedia: el 41% de los encuestados reconoció que ante cualquier problema, reclamo o denuncia acudiría primero al periodismo, relegando el segundo lugar a la Justicia” (Barros: 1997).

El descrédito de la institucionalidad, de la política, de “los políticos” y de lo público, panorama comprendido en una crisis de representación, encontró a la televisión como la aliada y confidente de un público voraz de transparencia. La sensación del haber estado allí, de ser un testigo directo de los

acontecimientos posicionaron a este massmedio como la puerta de entrada hacia la verdad. Pero en ese movimiento, lo verosímil captó a lo verdadero.

“... lo que se ve es literalmente tiempo ‘real’ y, por lo tanto, lo que sucede para la cámara sucede para los espectadores. Si esto no es exactamente así, porque se realizan intervenciones técnicas y estilísticas (...), sin embargo, todo sucede *como si* fuera así: el público pasó por alto las posibles intervenciones y la institución televisiva refuerza la credibilidad en el borramiento de cualquier deformación de lo sucedido cuando recurre al registro directo transmitido en directo” (Sarlo: 1994).

La ilusión de verdad del discurso directo es (hasta ahora) la más fuerte estrategia de producción, reproducción presentación y representación de “lo real”. Por eso para Sarlo: “... lo que veo es lo que es, en el mismo momento en que lo veo; veo lo que va siendo y no lo que ya fue una vez y es retransmitido diferidamente; veo el progreso de la existencia y veo el paso del tiempo; veo las cosas cómo son y no las cosas como fueron; veo sin que nadie me indique como debo ver lo que debo, ya que las imágenes de un registro directo transmitido en directo dan la impresión de que no fueran editadas. El tiempo real anula la distancia espacial: si lo que veo es el tiempo en su transcurrir, la distancia espacial que me separa de ese tiempo puede ser puesta entre paréntesis. Veo, entonces, *como si* estuviera allí” (Sarlo: 1994).

El haber estado allí se condice con el registro directo propio de la televisión que le otorga valor de verdad a las imágenes emitidas; se borran las huellas de la edición, del fuera de plano, del espectáculo. En la cultura de la visión, el espectador no tuvo intermediarios, vio con sus propios ojos el acontecimiento construido que creyó vivir de principio a fin. “El registro directo pone al espectador en los ojos de la cámara [y] posiblemente este sea uno de los milagros de la retórica televisiva de los últimos años: un ‘realismo’ que asegura la presencia de la ‘vida’ en pantalla; una alusión constante a cómo la ‘vida’ llegó allí: y procedimientos discursivos para que la ‘vida’ sea atractiva y no simplemente sórdida o banal” (Sarlo: 1994).

La fuerza de la televisión radica para Beatriz Sarlo en el impulso de su onda expansiva que no reconoce la existencia de fronteras, ya no fronteras nacionales sino que no difiere entre realidad, representación, construcción y fantasía.

## Nota

(1) Para referirnos a este debate tendremos en cuenta las posiciones que estos autores toman en diferentes textos, algunos de ellos mantienen un diálogo explícito y otros no. Algunos fueron producidos en el mismo momento y otros no. De Oscar Landi tomaremos el libro *Devórame otra vez* y la ponencia “Proposiciones sobre la videopolítica” (ambos escritos de 1992); de Beatriz Sarlo tomaremos la ponencia “Estética y política: la escena massmediática” (1992), el artículo “El audiovisual político” (1991), “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión” (1992), “El sueño insomne” (1994) y “Siete hipótesis sobre la videopolítica” (1997).

## Bibliografía

AA. VV. *Política y comunicación: ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*

Coordinadores: Héctor Schmucler, María Cristina Mata, Catálogos Editora, Buenos Aires, 1992.

- BARKER, Chris, *Televisión, globalización e identidades culturales*, Paidós, Barcelona, 2003.
- BARROS, Carolina, "Medios, justicia y política", en *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*, Buenos Aires, Paidós, 1997.
- BAUDRILLARD, Jean, *Cultura y simulacro*, Editorial Kairós, Barcelona, 1978.
- BELINCHE, Marcelo, Viale, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian, *Medios, Política y Poder. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90*, La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2003.
- CALABRESE, Omar, *La era neobarroca*, Ediciones Cátedra, Madrid, 1999.
- KATZ, Claudio, "Enredos de las redes", en *Voces y Culturas*, núm. 14, Barcelona, pp. 123-140; 1998.
- LANDI, Oscar, *Devórame otra vez*. Buenos Aires, Planeta, 1992.
- MANGONE, Carlos, "A 15 años. Las polémicas sobre tv en los '90, una excusa para discutir intervenciones intelectuales y políticas culturales", en *Cuadernos críticos de la comunicación y la cultura*, núm. 3, Buenos Aires, verano 2007-2008; pp.110-117.
- MANGONE, Carlos, "Los desplazamientos de la década del ochenta". Material de la Cátedra Teoría y Prácticas de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Disponible en:  
[http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mangone/los\\_desplazamientos.doc](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mangone/los_desplazamientos.doc)
- MARGULIS, Mario, "Nuevos procesos culturales", en Revista *La materia perdida*, núm. 1, Carrera de Sociología, Buenos Aires, 1992.
- MASTRINI, Guillermo y Mestman, Mariano, "¿Desregulación o re-regulación? De las derrota de las políticas a las políticas de la derrota", en *Cuadernos de Información y Cultura*, núm.2, Universidad Complutense, Madrid, 1996.
- MASTRINI, Guillermo, Material de la Cátedra Políticas y Planificación de la comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Disponible en:  
<http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/teoricos/12006/teorico9.htm>
- NATANSON, José, "Videopolítica y mensaje", diario *Página/12*.  
<http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-39714-2004-08-16.html>
- SARLO, Beatriz, "El sueño insomne", en *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel, 1994.
- SARLO, Beatriz, "La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión", en Revista *Punto de Vista*, núm. 44, noviembre 1992.
- SARLO, Beatriz, "Siete hipótesis sobre la videopolítica", en *Instantáneas: Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*, ARIEL, Buenos Aires, 1997.
- SARLO, Beatriz, "El audiovisual político", en Revista *Punto de Vista*, núm. 41, Buenos Aires, diciembre 1991.
- VIRILIO, Paul: "Velocidad y fragmentación de las imágenes" en Revista *FARENHEIT 450*, núm. 4, Buenos Aires, 1988.