

MEDIATIZACIÓN, CULTURA y POLÍTICA: LA INCIDENCIA
DE LA TELEVISIÓN EN LOS CAMPOS POLÍTICO Y CULTURAL
SEGÚN PIERRE BOURDIEU, ELISEO VERÓN Y DOMINIQUE WOLTON

Maximiliano Duquelsky
Universidad de Buenos Aires (Argentina)
tatamemo@hotmail.com

Presentación

El advenimiento de la sociedad de masas posibilitó la emergencia de uno de los fenómenos sociales y culturales más complejos y controvertidos de la historia: los medios masivos de comunicación. El conjunto de mecanismos de producción y circulación de bienes simbólicos a escala industrial, cuyo funcionamiento permitió que gran cantidad de personas comenzaran a recibir los mismos mensajes informativos y culturales, fue considerado, por un lado, como una fuerza homogeneizadora, un signo de autoritarismo y un proceso de destrucción de la individualidad humana; desde otra perspectiva, en cambio, esos dispositivos significaban la posibilidad fehaciente de democratizar el acceso a los bienes culturales y a la información, que hasta ese momento constituía una expresión más del privilegio de sectores minoritarios.

Con la llegada y la expansión de la televisión, que profundizó el proceso de difusión masiva a niveles antes inimaginables, surgieron diferentes tipos de políticas destinadas a orientar la modalidad y los objetivos de su intervención social que expresaron, con mayor o menor acentuación, las concepciones mencionadas. El debate en torno a las modificaciones que la presencia y el funcionamiento televisivo introducía sobre diversas prácticas sociales se acentuó, reproduciendo y actualizando, con diversos grados de complejidad, esas mismas posiciones que Umberto Eco denominó apocalípticas o integradas (1).

Hoy, la televisión llega a la mayoría de los hogares, ha crecido la cantidad de aparatos disponibles en cada casa, la oferta de programación se ha expandido y diversificado gracias a la televisión satelital y por cable, y hemos sido testigos de un proceso de concentración sin precedentes de las empresas que producen y difunden bienes culturales audiovisuales. A modo ilustrativo, en el año 2005 el Sistema Nacional de Consumos Culturales -dependiente de la Secretaría de Medios de la Nación- realizó un estudio que arrojó, entre otros resultados, que el 96,6% de los hogares disponen de un aparato televisivo. La mitad de quienes manifestaron no tener televisor en sus hogares dieron como causa principal la falta de recursos. Pero no sólo casi todos los hogares tienen televisión, sino que además, en promedio, cada hogar dispone de 2,4 televisores. En cuanto a la exposición al medio, los entrevistados manifestaron ver entre 3 y 4 horas diarias de televisión, y un 84,9% señaló que se informa fundamentalmente a través de este medio.

En este marco, la televisión continúa convocando debates respecto de su función social, las modificaciones que introduce en la dinámica y organización del campo cultural y en las formas tradicionales de hacer política (2). En definitiva, discusiones que directa o indirectamente nos conducen hacia la problemática de lo público, un espacio cuya configuración y las formas de intervención no pueden comprenderse sin tener en cuenta la acción de los medios masivos de comunicación, sobre todo de la televisión, debido a su poder para imponer agendas de discusión, cosmovisiones sobre los problemas abordados, su capacidad para representar estereotípicamente a los sujetos individuales y colectivos que intervienen en los fenómenos retratados por las pantallas, o posicionar especialistas y referentes sociales para cada temática planteada, entre varias cuestiones que podrían mencionarse.

Las diferentes concepciones respecto de cada uno de estos fenómenos expresan, en última instancia, distintas valoraciones sobre el medio televisivo en tanto fenómeno social y cultural; precisamente sobre esta cuestión versará el presente trabajo, cuyo objetivo consiste en sistematizar, comparar y, finalmente, interpretar algunas de las líneas de análisis desarrolladas por Pierre Bourdieu, Eliseo Verón y Dominique Wolton. La elección de estos autores obedece a varias razones. En primer lugar elegimos revisar los postulados de Eliseo Verón debido a que se trata, sin lugar a dudas, de uno de los teóricos que más ha investigado, y por más tiempo, las características de la discursividad televisiva y de qué manera inciden en los modos de hacer política. En cuanto a los otros dos autores, los hemos seleccionado porque el mismo Verón ha polemizado directamente con uno de ellos, nos referimos a Dominique Wolton, y consideramos pertinente repasar los términos de dicha discusión ya que allí se abordan cuestiones clave del funcionamiento social del medio televisivo. Y con respecto a la elección de Pierre Bourdieu, hemos tomado el planteo que Verón hace en la introducción de *El cuerpo en las imágenes* –donde se recopilan varios de sus artículos escritos en diferentes etapas de su trayectoria, los cuales hemos utilizado para la redacción de este artículo–, donde aclara que los trabajos incluidos en dicha publicación excluyen el tono polémico sólo porque fueron escritos previamente a la aparición de *Sobre la televisión*, el trabajo

donde Pierre Bourdieu analiza por primera vez el medio televisivo; la posibilidad que nos ha dado el acceso a estas dos obras nos ha permitido comparar dos visiones tan diferentes entre sí acerca de la televisión.

Televisión y mediatización

El desarrollo acelerado y sin interrupción de las tecnologías de la comunicación y la información ha incrementado el proceso de “mediatización” de las sociedades postindustriales. Esto significa, siguiendo a Verón, que hoy por hoy y desde hace algunas décadas, muchos de los diferentes fenómenos que se desarrollan en nuestras sociedades adquieren formas específicas en virtud de la existencia de medios masivos de comunicación: “Las prácticas sociales, afirma Verón, (...) se transforman por el hecho de que existen medios” (3). Si bien la emergencia, a lo largo de la historia, de cada uno de los medios de comunicación ha contribuido al proceso de mediatización social, la televisión es sin lugar a dudas el que más ha profundizado esta evolución.

Según Verón, la incidencia de la televisión en la profundización de la “mediatización” de las sociedades postindustriales se debe a que su discursividad incorpora nuevos registros significantes sin que sean anulados aquellos que resultan de las formas discursivas desarrolladas por los medios precedentes. Precisamente, a causa de esta anexión por parte del discurso televisivo, sostiene el autor, nuestras sociedades resultan ser más complejas que aquellas pertenecientes a etapas históricas anteriores. Esto se debe a que al registro significativo de lo simbólico expresado en el uso de la palabra por parte de la prensa gráfica y la radio, de la imagen, lo icónico, a través de la fotografía y el cine, la televisión le suma el registro del orden indicial del funcionamiento del sentido, el del contacto mediante “el cuerpo significativo y la economía de la mirada” (4). Verón plantea que “...la mediatización de esos tres niveles de funcionamiento se ha producido en un orden inverso al de la ontogénesis: si el sujeto se constituye a partir de la estructuración de su cuerpo significativo en el contacto para llegar al orden simbólico del lenguaje, pasando por la figuración, los medios se han apropiado en primer lugar de la escritura, después del orden de la figuración (...), para conducir finalmente a la mediatización del contacto (...) plenamente con la televisión” (5).

Tanto Dominique Wolton como Pierre Bourdieu coinciden, desde perspectivas y balances diferentes, con Eliseo Verón en cuanto al lugar estratégico que hoy ocupa el medio televisivo en la configuración y dinámica de otros espacios sociales. Wolton, preocupado por la importancia cada vez mayor que tiene la televisión privada por sobre la televisión generalista, principalmente sobre el campo cultural e intelectual, percibe como una gran dificultad para cambiar dicha situación que ésta continúe siendo un “objeto no pensado”; de allí la necesidad de analizarla dejando atrás esquemas ideologizantes ya perimidos.

Wolton parte de considerar que “...existe una relación de complementariedad evidente entre la democratización cultural y la sociedad y el consumo de masas, en gran medida por analogía con el paradigma del modelo político de la democracia. En este sentido, la televisión llegó a ser el instrumento capaz de establecer un lazo entre proyecto político, proyecto cultural y sociedad de consumo” (6).

Esto significa que en la formación social que habitamos, donde uno de sus fundamentos estructurantes reside en los procesos producción y consumo de bienes culturales difundidos por los medios masivos de comunicación, todo proyecto político y cultural está imposibilitado de ser pensado y desarrollado sin considerar la injerencia de la televisión; de ahí que Wolton juzgue imperioso ajustar los esquemas de análisis sobre el medio televisivo.

Por otro lado, la importancia que el autor otorga a la televisión queda explicitada cuando se pregunta si la acción televisiva del medio en el campo cultural no estará vinculada con una disolución de la cultura de masas en beneficio de una “cultura media” que sería resultado del acercamiento y la coexistencia, en el espacio televisivo, de diversos tipos de manifestaciones culturales –por eso Wolton prefiere utilizar este último concepto para referirse al tipo de cultura que produce la televisión-. Posteriormente, el mismo autor planteará que en la relación entre televisión y política hay un claro predominio de la primera sobre la segunda, señalará los peligros que provoca tal desequilibrio y propondrá una serie de pautas para atenuarlos, pero de esto nos ocuparemos más adelante (7).

En cuanto a Pierre Bourdieu, su interés por el medio televisivo es resultado de su incidencia directa sobre otros campos que, hasta su irrupción, habían gozado de una “autonomía relativa” -como por ejemplo el cultural el político y el jurídico-. Si bien coincide con Wolton en este punto (8), en su abordaje del medio televisivo Bourdieu no se centrará en las diferencias entre la lógica que impone la televisión temática o la generalista dirigida al “gran público”, tampoco de la primacía de lo indicial por sobre los otros órdenes de producción de sentido, como es el caso de Verón (9). Para este autor el punto medular del problema se ubica en otro lugar: en los diferentes mecanismos que la televisión pone en funcionamiento en tanto “instrumento que, teóricamente, da la posibilidad de alcanzar a todo el mundo”; mecanismos globales que resultan de una “estructura invisible” que determina, en buena medida, el desempeño periodístico y lo que sucede dentro de un estudio televisivo. El poder de difusión de la televisión, supeditado a una lógica que se fundamenta en la “competencia sin límites por la audiencia (...) crea dificultades en las diferentes esferas de la producción cultural, arte literatura, ciencia, filosofía, derecho: creo incluso que, contrariamente a lo que piensan y

dicen, sin duda de buena fe, los periodistas más conscientes de su responsabilidad, hace peligrar bastante a la vida política y democrática” (10).

Mediatización y campo cultural

La reflexión en torno al vínculo social y los colectivos de identificación que genera la televisión, junto con sus efectos sobre las lógicas de funcionamiento de los diferentes campos de producción cultural, son algunos de los principales puntos que abordan los autores seleccionados dando lugar a coincidencias y profundas divergencias en cuanto a su valoración del medio televisivo y su incidencia cultural.

Una de las principales preocupaciones que atraviesa el trabajo de Wolton es el lugar que hoy ocupa, y el que debería ocupar, la *cultura minoritaria* -conocimiento científico, pensamiento y bellas artes- en el espacio público configurado por los medios masivos de comunicación. Sin referirse a la televisión en los mismos términos que Verón -como agente mediatizador-, Wolton aborda la tensión que se produce entre *cultura media* y *cultura minoritaria* ante la propuesta de crear, para la televisión francesa, un canal temático cultural con el fin de equilibrar una situación que hoy favorece a la lógica mediática en detrimento de lo cultural e intelectual.

Wolton parte de considerar que desde el advenimiento de la sociedad y la cultura de masas “se estableció una especie de ecuación entre el número, la verdad, la norma y la legitimidad” (11); estos criterios repercutirán sobre los mecanismos internos de reconocimiento y legitimación internos de los espacios culturales e intelectuales. Si bien los medios han modificado los criterios de validez, reconocimiento y legitimidad dentro del campo cultural, para Wolton la televisión no puede ser la única responsable.

El problema se produce, según el autor, debido a la articulación entre la centralidad social y cultural de la televisión y la crisis que atraviesan las “comunidades intermedias”, acentuada por la presencia dominante del medio televisivo. Wolton afirma que han desaparecido los “espacios públicos parciales propios de las diferentes comunidades, en beneficio de la instauración de un espacio público en el cual se concibe la comunicación sobre un modelo universal y no particular (...) La legitimidad parcial debe ser reemplazada, o a veces confirmada, por una legitimidad general y la consecuencia práctica de ello es que normalmente se le asigna una importancia desproporcionada a la publicidad que aseguran los medios de comunicación (...) Ahora sólo hay un único modelo de legitimidad, reconocimiento y de valorización: el individuo, frente a lo universal del gran público, tal como lo valoriza la televisión” (12).

Ante este panorama tan complejo –de ahí la extensión de la cita-, Wolton no cree que la solución radique en una televisión cultural que pueda salvar a la lógica cultural e intelectual, la *cultura minoritaria*, de aquella configurada por la acción de los medios masivos de comunicación. Por el contrario, para Wolton la tensa relación entre cultura y televisión se resuelve trabajando en pos de una forma de organización en la cual la lógica de la *cultura minoritaria* no deba estar subordinada a la *cultura mediática*, una lógica donde ambas puedan coexistir manteniendo sus diferencias. Esta forma sigue siendo la televisión generalista, ya que una televisión de contenidos exclusivamente culturales no aportaría ninguna solución sino que agravaría las dificultades.

Según Wolton, una televisión con programación exclusivamente cultural significa el fin de la televisión generalista, aquella cuyo objetivo es llegar a todo el público. Al organizar su funcionamiento sobre la lógica de la segmentación de la audiencia tiende a configurar un nuevo mercado de consumidores potenciales, un *target*, seguramente conformado por quienes ya consumen las diversas manifestaciones culturales, lo que llevaría a un continuar y profundizar las desigualdades en el acceso a los distintos bienes culturales. Por otro lado, esta propuesta reproduce una “contradicción estructural entre cultura y televisión” ya que la televisión necesariamente debe simplificar y espectacularizar los hechos culturales, aspectos contra los cuales se erige la televisión cultural y que en definitiva niegan la televisión, o la reducen a un mero canal de difusión de cualquier tipo de mensajes ignorando que las “limitaciones y el estilo de la imagen impone las mismas simplificaciones”. Pero sobre todo, hay un peligro de mayor gravedad. Acertadamente, Wolton alerta sobre el “efecto de la rigidez”: esto significa que sólo serán considerados hechos culturales aquellos que sean tratados por el canal destinado a dicha temática; y que el intento de salvar la cultura de como resultado la creación de un gueto (13).

Ante esta situación, la opción por una televisión generalista se justifica por un motivo principal: su tratamiento de la cultura –la puesta en el aire de productos culturales audiovisuales o la televisación de otras manifestaciones artísticas, científicas, e incluso políticas- no necesita de una definición normativa previa que exprese en los hechos qué pertenece y qué no a este ámbito; esto le permite plantearse como objetivo llegar a un público mucho más amplio (14) que el conformado por el *target* al que necesariamente debe dirigirse una televisión temática. Otra de las limitaciones que enfrenta la televisión cultural es que se dirige contra una *cultura de masas* cuando lo que existe en realidad es una *cultura media*. Por eso para Wolton el problema central consiste en encontrar la forma adecuada para “preservar una cultura ‘no dirigida al gran público’ en el seno del reinado de la cultura media” (15).

Verón esgrime una serie de objeciones a la propuesta de Wolton, a pesar de coincidir con algunos de sus diagnósticos previos (16). Las críticas de Verón se centrarán sobre dos aspectos de la reflexión de Wolton: el vínculo social y los colectivos de identificación que produciría el medio televisivo, dos aspectos centrales del proceso cultural contemporáneo.

Verón plantea que la noción de televisión generalista está directamente vinculada con los tiempos del monopolio estatal sobre el funcionamiento televisivo, una televisión que se dirigía “al público más vasto de todos que no es otro que el colectivo de ciudadanos” (17). En este sentido, según Verón, Wolton está convencido de que el vínculo que la televisión generalista pone en funcionamiento es el más amplio posible, por lo tanto también el más democrático (18).

Para Verón, esta noción de “gran público”, demasiado imprecisa según su apreciación, da cuenta del objetivo de audiencia al que apunta la programación de la televisión generalista en el horario central o *prime time*. Se trata, entonces, de una noción que proviene de la instancia de producción del discurso televisivo, de la cual no se deriva necesariamente la generación del tipo de vínculo social o identificación con un colectivo amplio tal como lo supone Wolton (19).

En su opinión, la noción de “gran público” expresa una “filosofía de la oferta” practicada por la televisión generalista, en tanto la televisión temática, dirigida a *targets* mucho más específicos, y por lo tanto con mayor facilidad de ser identificados, posee una estrategia orientada a la satisfacción de una demanda. Para Verón, el problema de fondo se encuentra en la estrategia de comunicación que impulsa la televisión generalista y su capacidad para provocar un efecto de identificación por parte del público con el colectivo ciudadano que ellos mismos conformarían. Una estrategia que resulta ineficaz en la medida en que el “gran público” no resulta un verdadero *target* con capacidad de identificación, y la eficacia de una comunicación persuasiva –Verón da como ejemplo de estas comunicaciones a la publicidad- tiene mayores probabilidades de éxito en la medida en que define *targets* específicos a los cuales dirigir sus mensajes (20).

Para Verón, la capacidad de los medios de comunicación para generar un colectivo determinado es una cuestión demasiado compleja y requiere, por lo menos, una identificación mucho más ajustada de los *targets* para tener éxito en dicha empresa. Si bien Verón afirma que acuerda con Wolton en las razones para que exista una televisión generalista -la tendencia cada vez mayor por parte del mercado a poner en marcha mecanismos para la identificación de los consumidores y las consecuencias que esto provoca en la constitución de colectivos sociales, y la necesidad de que los medios trabajen en la recomposición de identidades colectivas-, sin embargo, considera que el concepto de “gran público” puede poner en marcha viejas prácticas de producción cultural audiovisual –aquellas pertenecientes a la época del monopolio estatal sobre el medio (21)- y obstaculizar la reflexión “estratégica profunda sobre la comunicación mediática con vocación identitaria amplia”. Por eso supone que la institución más adecuada para esta tarea es una televisión temática ya que expresa de manera más adecuada las características socioculturales de las sociedades posindustriales (22), mucho más complejas y heterogéneas.

Para Verón hay un error fundamental en la reflexión de Wolton. Los colectivos de identificación que producen los medios audiovisuales no son formales, como el principio abstracto de equivalencia en el que se funda la democracia, el de los ciudadanos, formalidad que depende de una creencia que precisamente la comunicación se encarga de contradecir al resaltar continuamente las diferencias entre esos mismos ciudadanos. Por este motivo, la equiparación del colectivo de consumidores de la televisión generalista con el colectivo de los ciudadanos a esta altura de la historia es anacrónica. Evidentemente hubo una superposición entre ambos colectivos pero “ya no existe y no es defendiendo la televisión generalista como se reforzará la democracia” (23).

Bourdieu aborda el problema desde otra perspectiva. La clave para comprenderlo se ubica en la competencia sin límites por la maximización de la audiencia que produce una lógica del funcionamiento televisivo extremadamente perjudicial para las diferentes esferas de producción cultural o política; en otras palabras, aborda el análisis del medio inscribiéndolo dentro de las condiciones objetivas que posibilitan un determinado funcionamiento social, tanto de la televisión como de los periodistas.

Bourdieu señala que los diferentes agentes del campo cultural –también del campo político, pero sobre esto profundizaremos en el apartado siguiente- al concurrir a la televisión bajo las condiciones habituales en que se estructuran sus transmisiones, sin estar seguros de si podrá o no decirse algo relevante, dejan en evidencia que el motivo principal de la asistencia es hacerse ver, ser visto por la audiencia pero también y sobre todo ser bien visto por los periodistas. Al aceptar este tipo de ingreso al medio implícitamente se acepta ser objeto de censura en tanto el tema, las condiciones de la comunicación y el tiempo disponible son impuestos a los invitados por intermedio de los periodistas, que a su vez son afectados por toda una serie de restricciones (24).

Debido a su poder de difusión, señala Bourdieu, la televisión le plantea una serie de problemas inéditos al conjunto de los productores culturales. El campo periodístico, a pesar de su posición subordinada respecto del resto de los campos culturales, detenta el monopolio sobre esa maquinaria de difusión a gran escala que es la televisión, restringiendo el acceso tanto al común de los ciudadanos como a gran parte de los productores culturales: “Tienen el poder sobre los medios de expresarse públicamente (...) de acceder a la notoriedad pública y de esta manera, consciente o inconscientemente, tienen la capacidad de imponer al

resto de la sociedad su propia concepción de la cultura” (25).

Quienes acceden a esta notoriedad pública son quienes han sido beneficiados por el “principio de selección” del periodismo, cuyo fundamento principal reside en que aquello que se elige debe ser atractivo para la audiencia. Otorgarle publicidad a ciertos productos y productores de bienes simbólicos en lugar de a otros constituye un mecanismo de intervención del medio televisivo sobre los diferentes espacios culturales en la medida en que estos productores “...tienen necesidad de auditores, de espectadores, de lectores, que contribuyen al éxito de la venta de libros y, a través de la venta, gravitan sobre los editores, y a través de los editores, con las posibilidades de publicar en el futuro” (26).

Las posibilidades de hacer públicos nuevos productos y productores culturales, como puede apreciarse, son cada vez menores. Con otras palabras, y sin referirse exclusivamente a la televisión temática, Bourdieu también alerta junto con Wolton respecto del “efecto de rigidez” al que aludíamos antes.

Esta restricción estructural que ejerce la televisión a través del campo periodístico, un campo dominado en última instancia por la subordinación a la sanción del mercado (o sea de la audiencia por vía del *rating*), sobre los otros campos de producción cultural se manifiesta además con el “anuncio de sus veredictos”. En el esquema teórico de Bourdieu, los agentes de un campo suficientemente autónomo -Bourdieu menciona el caso extremo de las matemáticas- tienen por destinatarios de sus producciones a otros agentes del mismo campo (27), al “mercado restringido”; por el contrario, aquellos que destinan sus producciones culturales a mercados más amplios, los “intelectuales heterónomos”, estarán más propensos a colaborar y someterse a sus demandas. Estos “intelectuales heterónomos” operan como el “caballo de Troya a través del cual la heteronomía, es decir las leyes de la economía se introducen en el campo cultural respectivo” (28).

El resguardo de los mecanismos mediante los cuales el campo científico, el intelectual y el artístico produce y legitima sus agentes y bienes consiste en mantener y elevar el “derecho de entrada y los deberes de salida” de cada uno de estos espacios sociales – las “comunidades intermedias” a las que hace referencia Wolton. Consciente del peligro de caer en el elitismo, Bourdieu plantea que la defensa de estas condiciones de producción de lo universal ante las amenazas de nivelación que provienen de “la intrusión de las exigencias mediáticas en los campos de producción cultural” deben complementarse con una ampliación de las “posibilidades de acceso a lo universal, para hacer que cada vez más la gente reúna condiciones necesarias para acceder a lo universal”.

En tanto para Wolton la crisis de las comunidades intermedias no puede achacarse por completo a la televisión, Bourdieu percibe que la lógica que selecciona qué bienes culturales y simbólicos adquirirán difusión pública a través del medio televisivo tiene una incidencia fundamental en los mecanismos de funcionamiento de cada uno de los campos culturales al consagrar determinados productos y productores. Verón, en cambio, alerta sobre un peligro similar pero sólo en el caso de la televisión generalista no así respecto de la televisión temática, ya que esta supuestamente funciona bajo una lógica de la demanda.

Mediatización y cultura política

De los múltiples fenómenos sociales que la centralidad televisiva modifica, Verón pone especial atención en la mediatización de lo político. Previamente a la presencia dominante de lo audiovisual, la estrategia política estaba dirigida a administrar la palabra, qué se decía y qué no y en un segundo plano cómo se lo decía, en términos de Benveniste, el enunciado por sobre la enunciación; a partir de la hegemonía discursiva de la televisión esta estrategia se transforma en “una estrategia de dominio de las configuraciones espaciales del imaginario televisivo” (29), de ese lugar del contacto que constituye el espacio televisivo (30).

Considerando que la televisión para el gran público –en gran parte de Europa se trata de la televisión estatal- se ha desarrollado con la información como principal género y con la transmisión en directo como modalidad discursiva fundamental (31), Verón describe la evolución del discurso televisivo sobre la actualidad a través del pasaje de un periodista/conductor ventrílocuo, con un cuerpo casi inexistente y siendo sólo un “altavoz por donde pasaba el discurso sobre la actualidad”, a un periodista/conductor con un “cuerpo signifiante” que se despliega en un espacio que se amplía necesariamente para que el cuerpo actúe y emita signos. En este desplazamiento se constituye lo que Verón denomina el “espacio del contacto” y el eje sobre el cual se erigirá su credibilidad: el de la mirada cara a cara.

Al modificarse el “dispositivo de enunciación” del discurso televisivo sobre la actualidad, también el estatuto del destinatario sufre cambios. Se genera una distancia entre el conductor y la realidad que comenta o relata, una realidad que le genera dudas y para despejarlas aparece en la escena televisiva la figura del especialista/columnista. De esta manera, el lugar del enunciatario, el periodista /conductor, queda equiparado con el de destinatario de ese discurso, el espectador: ambos representan el lugar del no saber. Sobre esta asimilación entre el enunciatario y el enunciatario se construye la credibilidad del periodista: “...lo que está en juego en el contacto es el acercamiento o el alejamiento, la confianza o la desconfianza. En el fondo, lo esencial no es tanto lo que me dice o las imágenes que me muestra (...); lo esencial es que él esté allí en el lugar de la cita, todas las noches, y que me

mire a los ojos” (32).

Debido a esto, la credibilidad del discurso no tiene que ver tanto con lo dicho sino con la manera de decirlo a través de los destellos de su cuerpo significante.

A causa de la credibilidad y confianza que adquiere el periodista en el discurso televisivo, “el derecho natural de mirarme a los ojos”, los políticos, los enunciadores del discurso político, deberán negociar con el periodismo el carácter del acceso al contacto con el telespectador/ciudadano. Por este motivo, la estrategia política se verá necesariamente modificada: si previamente a la mediatización de los diferentes discursos sociales, la estrategia política se organizaba fundamentalmente en torno a la dimensión simbólica, al lenguaje, hoy en día, bajo el reinado de lo audiovisual, la atención debe desplazarse al “régimen indicial de la significación”, aquel que se produce mediante el contacto, en este caso, de los cuerpos significantes; debido a esto también se deberá negociar el acceso y el grado de control sobre el “espacio umbilical”, además del tipo de articulación que se producirá entre lo informativo y lo político. Ya no alcanzará con regular el tiempo dedicado a cada una de las intervenciones, ahora será indispensable la vigilancia sobre los mecanismos de enunciación del discurso televisivo (33).

Como señala Verón, no nos encontramos ante un proceso de espectacularización del Estado, como si alguna vez no hubiese tenido esta cualidad, sino ante una acentuación de esta característica. Tampoco estamos ante un simulacro de la política, ya que no existe ni ha existido un original del cual la televisión, a partir de su intermediación, vaya a realizar una copia degradada. Por el contrario, la mediatización de la política, o las consecuencias en el campo político del proceso de mediatización social, significa que hemos entrado en una nueva etapa de lo político: aquella que “solicita la decodificación del cuerpo significante” articulado con los otros órdenes de producción del sentido. La preocupación por el control y/o limitación de los dispositivos enunciativos por parte de los políticos y sus asesores, ponen en evidencia que los medios audiovisuales ya no representan en sus pantallas una realidad previa, sino que, por el contrario, son ellos mismos productores de sentidos que provocan una disolución de las fronteras que separan lo real de lo ficticio.

Coincidiendo con Verón respecto del carácter constructor de la realidad del instrumento televisivo –por encima de su capacidad de registro-, Pierre Bourdieu señalará una serie de perjuicios que el funcionamiento de la televisión provoca sobre la dinámica política a partir de las propiedades que toda imagen posee y del monopolio que la televisión detenta en su distribución. En su opinión la televisión provoca un efecto de realidad que consiste en “hacer ver y hacer creer lo que se hace ver” de lo cual puede derivar un efecto de movilización o de desmovilización” (34).

Una de las dificultades que la televisión provoca sobre lo político consiste en que “hace ver” determinados hechos como noticia, o sea como importantes de ser conocidos y evaluados por el público, en vez de otros. Bourdieu afirma que en general los sucesos importantes sobre los que la televisión debería informar tienen mucho menos espacio que aquellos que “interesan a todo el mundo sin provocar consecuencias” (35). De esta manera se desechan las informaciones que todo ciudadano requiere para ejercer sus derechos democráticos. Pero además de este “principio de selección”, otra de las dificultades para la comprensión de la realidad – condición indispensable para toda intervención pública- reside en el modo en que se representan esos hechos. La mayoría de las veces la televisión brinda informaciones bajo un tono que exagera la importancia y gravedad del hecho; cuando el hecho es grave e importante se lo dramatiza de manera tal que se lo simplifica. La dramatización, según el caso, opera exagerando lo banal o banalizando lo importante.

Para Bourdieu el problema se agrava si tenemos en cuenta las imposibilidades que los sujetos tienen de acceder a otras fuentes de información. La gran mayoría solamente puede informarse de las cuestiones públicas a través de la televisión, ya sea por limitaciones económicas o por no poseer el capital cultural necesario, lo cual acentúa las diferencias respecto de quienes sí tienen otras posibilidades. Una desigualdad que se profundiza, agregamos nosotros, cuando las competencias culturales que se requieren para poder decodificar mensajes más complejos debido a que integran más registros significantes, como señalaba Verón aunque sin hacer mención a este problema, tampoco son las mismas.

La dramatización de los hechos, o su contrapartida necesaria, la transmisión de sucesos cada vez más dramáticos, tiene una razón fundamental: la búsqueda de la primicia, que opera como principio estructurante del campo periodístico audiovisual, y por tanto de la televisión (36). Pero la búsqueda de lo extraordinario no produce diferentes informaciones que favorecerían al ciudadano ya que podría confrontar diferentes opiniones sobre un mismo tema. Por el contrario, la competencia entre periodistas uniformiza los mensajes y nivela (para abajo) su calidad al generarse una “transmisión circular de la información” como consecuencia de que estos agentes están sometidos a condiciones objetivas similares (origen, formación, etc.), a la misma lógica del *rating* (el mercado como instancia de legitimación) y a las mismas fuentes de “información sobre la información”. Un conjunto de restricciones, “censura invisible” en términos de Bourdieu, tan efectivas como el control burocrático o la censura política.

Junto con estas cuestiones, la urgencia por la primicia le plantea otro problema a la política: las dificultades para desarrollar un pensamiento complejo dentro de los tiempos y ritmos que marca el discurso televisivo. De ahí que la televisión le otorgue una alta

prioridad sólo a quienes pueden reflexionar y expresarse a un ritmo veloz, ya sean funcionarios pertenecientes al aparato del Estado, políticos o productores culturales. Y para Bourdieu hay un conflicto entre el pensamiento y la velocidad, son incompatibles. El desarrollo de una opinión en un debate, su fundamentación, la explicación de un fenómeno o un problema requiere de una serie de “proposiciones encadenadas” que permitan desplegar un razonamiento. Por eso Bourdieu sostiene que en la televisión sólo hay lugar para los *fast-thinkers* (pensadores rápidos), cuya capacidad reside en pensar con “ideas recibidas por todo el mundo”, concepciones que el receptor ya comprende de antemano porque en definitiva se trata de un intercambio entre lugares comunes por parte del emisor y el receptor. En cambio, “el pensamiento es subversivo: debe comenzar por desmontar esas ‘ideas recibidas’ y a continuación demostrar” y esto lleva tiempo, un tiempo que la urgencia del medio no dispone (37).

Como vimos, en *El elogio del gran público* Wolton argumentaba a favor de la necesidad del tratamiento de hechos culturales por parte de la televisión generalista y en contra del acecho de la televisión privada temática; años después se abocará al análisis de la relación entre medios masivos de comunicación, política y opinión pública (38). Para el autor no quedan dudas respecto al desequilibrio: “la comunicación predomina sobre la política” y los políticos tienen escaso “margen de maniobra” sobre los medios. La relación entre información, opinión pública y política quedó desestabilizada debido al triunfo de la comunicación.

Un fenómeno que queda evidenciado en la subordinación del tiempo y la lógica de la acción (política) a la velocidad de circulación de la información y a la difusión permanente, por los mismos medios, de los sondeos de opinión también permanentes. Otra factor significativo a tener en cuenta para apreciar la importancia que reviste el triunfo de la comunicación por sobre la política, como ya mencionamos, es el debilitamiento de las instituciones intermedias que antes operaban como una mediación sobre los datos y la información difundida en forma masiva.

Según Wolton, y aquí reside una de las contradicciones fundamentales del fenómeno, si bien el político y el ciudadano disponen de más información sobre la realidad, lo cual debería permitirles, a los primeros, conocerla mejor, realizar un diagnóstico más exacto de sus contradicciones, de las crisis sociales que se producen y proponer en consecuencia las soluciones más adecuadas para resolverlas, y a los segundos, relativizar el discurso de los dirigentes al disponer también de la información necesaria para reflexionar, debatir y realizar sus propias conclusiones y propuestas, en cambio sucede todo lo contrario. La hipermediatización enturbia la visión de ambos al quedar sujetos a esta lógica del acontecimiento impuesta por los medios, de ahí que las crisis sociales sigan siendo consideradas tan inesperadas como antes.

Esta presión que ejercen los medios, señala Wolton, no es reconocida por ellos y es aprovechada ya que no dependen de mecanismos de sanción tan inmediatos como los políticos. Precisamente, esto les permite erigirse así mismos como mediadores de las crisis, convirtiendo los problemas políticos en problemas de información que podrían ser solucionados mediante el diálogo, que necesariamente debe darse en el espacio público mediático. Por eso Wolton propone, entre otras cosas, que los políticos aflojen la “morsa del acontecimiento” que pesa sobre ellos de modo indirecto a través de los medios; “revalorizar el par político-ciudadano” dejando en claro el débil margen de maniobra que los primeros tienen respecto de la televisión, apostando a la capacidad crítica de los ciudadanos y recuperando el sentido de la militancia; y, por último, “ampliar el círculo de los que hablan” (39).

Consideraciones finales

Hemos dejado para el final de este trabajo una serie de reflexiones en torno a las posiciones de los autores citados. Esta operación, necesariamente conjunta, de síntesis e interpretación que llevamos adelante podríamos resumirla en una fórmula no exenta de riesgos: las posiciones que sostienen Bourdieu y Wolton respecto de la incidencia de la televisión (mediatización) en los campos político y cultural están, en un sentido, más cerca del Verón de la época de *Lenguajes* en su polémica con *Comunicación y cultura*, que de las sostenidas por este autor en los últimos tiempos. Expliquémonos.

Uno de los aspectos fundamentales que atravesó toda la polémica con la revista *Comunicación y cultura* –una de las publicaciones que jugó un rol muy importante, a principios de los años setenta, en el proceso de autonomización del campo de la comunicación latinoamericano, y que comenzó a editarse en Chile durante el gobierno de Salvador Allende, y continuó en Buenos Aires, primero, y luego en México debido a la necesidad de sus editores de exiliarse a causa de los golpes militares que se sucedieron en el país trasandino y luego en la Argentina- donde se destacaban los trabajos de Armand Mattelart y Héctor Schmucler, entre otros, residía en el vínculo entre ciencia y política, o entre la producción de conocimiento mediante un método riguroso y la utilización de este conocimiento para la resolución de los problemas sociales vinculados con lo comunicacional y cultural. Verón por aquellos tiempos, principios de los años setenta, sostenía que “existe una contradicción objetiva entre las condiciones para la inserción política revolucionaria y las condiciones para la producción de conocimientos” (40). Una contradicción que se manifestaba, para él, en muchos de los trabajos de los investigadores chilenos y no chilenos encuadrados en la revista *Comunicación y cultura*, en el CEREN, entre otros centros de investigación, y en el célebre libro de Ariel Dorfman y Armand

Mattelart *Para leer al Pato Donald*.

En otras palabras, lo que Verón dejaba entrever era que los tiempos, los métodos y los objetivos de la intervención política no eran los de la práctica científica. Podría afirmarse entonces que Verón intentaba resguardar la lógica de la producción de conocimiento científico, basada en la construcción de una teoría y en el diseño de un conjunto de operaciones metodológicas adecuadas para el problema que se debía analizar, de la política, una dimensión que por esos tiempos era considerada clave en la interpretación de todas las prácticas sociales (41), la científica incluida.

De acuerdo con lo que hemos venido tratando a lo largo de este trabajo, podemos arriesgar que aquello que Verón pretendía desde el lugar del cientista social respecto de la política, parece muy similar a los planteos de Bourdieu y Wolton respecto de los campos político y cultural ante la hegemonía massmediática, retomando los conceptos de los dos autores sería: recuperar su "autonomía relativa" o la lógica propia para las "comunidades intermedias".

Unos años después Verón, ante la presencia avasallante de la televisión, se preocupará por la incidencia de la esfera mediática televisiva sobre la cultura política y por las modificaciones que introduce la primera en la dinámica de la segunda. Pero ya no delimitará fronteras entre los terrenos que le pertenecen a cada una ni hará hincapié en la necesidad de optar por hacer política, ciencia o ir a la televisión. Sin duda que Verón entiende que en nuestra época es imposible el ejercicio político sin tener en cuenta el medio televisivo, con lo cual coincidimos y coinciden tanto Bourdieu como Wolton, pero entonces ¿por qué no considerar las determinaciones que orientan en cierta dirección y con objetivos específicos –más allá de si se logran o no- el funcionamiento de la televisión y fijar una posición al respecto? Verón posiblemente diría que esta última cuestión sería volver a mezclar la política con la ciencia, pero no quedan claro entonces los motivos por los cuales la política debe quedar fuera de la producción de conocimiento, si esto fuera posible, y no habría dificultades en que la lógica comercial con que se conduce el sistema televisivo en la gran mayoría de los países sí puede abordar el tratamiento de lo político y lo cultural sin ningún tipo de cuestionamientos.

Exactamente sobre estas dificultades Bourdieu y Wolton, ante lo que consideran es un empobrecimiento del espacio público como consecuencia del incremento de la mediatización televisiva, abogarán por recuperar o mantener el funcionamiento propio, en sus propios términos, de los campos culturales y político, esto significa, hoy en día, defenderlos de la lógica del mercado. Una lógica que interviene en cada uno de los campos, como ya afirmamos en varias oportunidades, a través de la centralidad social que ha adquirido la televisión, y que hoy se encuentra regida, a lo largo y ancho del planeta, por un objetivo principal: la maximización de la audiencia para obtener mayor rentabilidad o favorecer determinados intereses. En otras palabras, Bourdieu y Wolton intentan fundamentar una política de resistencia en defensa de lo público ante el avance de lo privado que hoy domina muy claramente el manejo de los dispositivos de producción y difusión de bienes culturales, científicos e intelectuales.

Los diferentes criterios que definen los planteos de Verón por un lado, y Bourdieu y Wolton por el otro, se expresan en el tipo de análisis de la función social del medio televisivo, de la actividad periodística y de la figura del especialista. Veamos.

Parecería que Verón al estar tan atento al funcionamiento del medio televisivo como mecanismo de enunciación parece perder de vista, o lo considera un problema secundario, quiénes son los que administran ese dispositivo –notoriamente a excepción del Estado-, qué se difunde o a quiénes se les permite tomar la palabra en televisión, dicho de otro modo, los condicionamientos a los que están sometidos tanto el sistema de medios y sus principales administradores, los periodistas, no son tenidos en cuenta a la hora de analizar la industria más poderosa de producción y circulación de bienes simbólicos (42).

Por el contrario, estos factores que Verón omite son determinantes para el análisis que realiza Bourdieu -también Wolton pero en menor medida-, y los considera fundamentales a la hora de saber por qué aparecen en pantalla determinados agentes del campo periodístico, por qué se dicen ciertas cosas y no otras una vez en ella, por qué se muestra lo que se muestra y las razones de hacerlo de la manera en que se lo hace.

No es casualidad entonces que Verón haga un aporte central para comprender las modificaciones del discurso televisivo sobre la actualidad a través de los cambios en la figura del periodista, del lugar del saber al del no saber identificado con el público; y en cambio Bourdieu, coincidiendo con Verón en la importancia que adquieren los periodistas en la dinámica del discurso televisivo y respecto de la posición/función como representante del público y sus intereses, preste suma atención a quiénes son esos periodistas cuyas preguntas o razonamientos están fuertemente condicionados por el lugar que ocupa dentro del campo periodístico el medio en el que se desempeñan y la posición, dominante o dominada, que ellos mismos tienen en dicho medio y en dicho campo. Porque serán precisamente esas preguntas y razonamientos con los que la audiencia tenderá a identificarse a partir de la credibilidad y confianza que el periodista ha adquirido como consecuencia del desplazamiento mencionado en su posición/función dentro de esta modalidad discursiva, que tan bien analizó por Verón. Además no es menor, creemos, saber quién es el que ejerce el derecho a distribuir la palabra, sus tiempos de uso y la tonalidad expresiva; quién es esa persona cuyo manejo de la urgencia le permite acelerar la intervención del entrevistado o cortarla antes que termine su reflexión.

También coincidiendo con Verón, pero una vez más desde perspectivas diferentes, Bourdieu prestará suma atención a la

composición del estudio televisivo. En su opinión, el diseño del estudio “debe dar la imagen de un equilibrio democrático (...) se ostenta la igualdad y el presentador se erige como árbitro” (43). Todo el dispositivo se monta anticipadamente con tanta rigurosidad –las negociaciones previas entre los administradores del espacio televisivo y los invitados de ocasión, que ocasionalmente no son los mismos de siempre- que la improvisación y la palabra libre no tienen lugar en esta máquina de producción simbólica a gran escala. Verón describirá su ampliación como condición necesaria para que el cuerpo del periodista pueda desenvolverse y generar indicios significantes. Pero nuevamente sin poner atención a quiénes lo habitan y por qué.

Justamente en la medida en que el estudio se amplía aparece la figura del especialista. Verón describe cómo surge esta función dentro del discurso televisivo sobre la realidad pero, una vez más, no se pregunta por las condiciones que ese especialista debe cumplir para aparecer en televisión –porque no aparece cualquier especialista- cuando ésta ya reclama su presencia, tampoco quiénes son los que circulan por la pantalla televisiva en forma regular o qué lugar ocupan esos especialistas en el campo de su especialización, cuestiones que Bourdieu efectivamente analiza.

Pensamos que trabajar para acercarnos a las respuestas a estas preguntas es imprescindible para comprender la incidencia de la televisión en la dinámica política y cultural. Verón podría acusar esta perspectiva de haber quedado presa de una concepción manipuladora de los medios masivos y que esos efectos no pueden inferirse desde la instancia de producción sino que debe realizarse un análisis de las condiciones de recepción de esos discursos. Estamos de acuerdo con esa limitación epistemológica, entonces circunscribámonos a realizar un análisis en producción que nos permita explicar las razones por las cuales se excluyen de los medios ciertos problemas, sujetos y perspectivas políticas, ideológicas y estéticas, formatos y géneros. Porque evidentemente no podemos inferir los sentidos que los sujetos otorgarán a los mensajes analizando sólo los mensajes, lo que sí podemos asegurar es que los sujetos no tendrán ninguna posibilidad de producir ningún sentido sobre aquellos mensajes que no reciben. Evidentemente estamos hablando de problemas diferentes -lo que a priori no implica que no sean complementarios y necesarios de estudiar en conjunto-, y allí radica un aspecto de la dimensión política del conocimiento científico: la elección de los problemas que consideramos fundamentales resolver para determinado tiempo histórico. En este punto juega un rol fundamental la perspectiva del investigador, producto a su vez de otra serie de condicionamientos, y que para evitar que se vuelva un obstáculo para la investigación debe, como propone Bourdieu, explicitarse.

Debemos reconocer entonces que lo que en principio nos parecieron concepciones diferentes entre dos etapas de su trabajo de investigación, finalmente creemos que, por el contrario, hay una misma concepción respecto de la producción social de la significación: si Verón parece abogar por una producción de discursos científicos exenta de condicionamientos objetivos, también analiza la discursividad televisiva como si efectivamente lo fuera, aparentemente sólo determinada por un desarrollo tecnológico también exento de historia. Pero una concepción teórica del funcionamiento televisivo –que traduce una posición política respecto de la relación entre televisión y sociedad- que no cuestione quiénes son los propietarios de los medios y cuáles son sus intereses, que no ponga en relación los altos niveles de concentración de las cadenas televisivas con la características de su oferta y su discursividad, y cómo esto afecta el más elemental derecho a la información, el acceso y la participación de las grandes mayorías en la administración del principal dispositivo político cultural de nuestra época, corre el peligro de transformarse en la legitimación académica de una lógica mercantil que subordina los intereses colectivos a los representados por las grandes corporaciones multimediáticas y sus aliados políticos.

Notas

(1) Eco, U. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial. Lumen, 1993.

(2) Sin pretender agotar las referencias a los autores que han abordado la relación entre televisión, política y cultura, podemos mencionar, además de los incluidos en este artículo, algunos trabajos que pueden servir para ampliar y profundizar algunos de los temas que aquí se abordan: Landi, O. *Devórame otra vez*, Buenos Aires, Planeta, 1992; Muraro, H. *Políticos, periodistas y ciudadanos*, Bs. As., Fondo de Cultura Económica, 1997; Schmucler, H. y Mata, M. C. (comps.), *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Córdoba, Catálogos, 1992.

(3) Verón, E. “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada” en *El cuerpo de las imágenes*, Norma, Buenos Aires, 2001, pg. 40.

(4) Verón, E. “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada” *Op. cit.* pg. 43.

(5) Verón, E. “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica” en *Op. cit.* pg. 19.

(6) Wolton, D. “Cultura: los límites de la comunicación” en *El elogio del gran público*, Barcelona, Gedisa, 1992. pg. 209.

(7) Nos referimos a *Pensar la comunicación. Punto de vista para periodistas y político*, Bs. As., Docencia, 2001.

(8) El autor, sin embargo, coincide con Verón cuando afirma que “Aquellos que creen que basta con manifestarse sin ocuparse de la televisión se arriesgan a equivocarse: hay que producir cada vez más manifestaciones para la televisión, es decir, que sean de naturaleza tal que interesen a la gente del medio teniendo en cuenta lo que son sus categorías de percepción y así, conocidos, amplificados a partir de ellos, recibirán su plena eficacia”.

(9) Bourdieu, P. “Introducción”, en *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.

(10) Bourdieu, P. *Op. cit.*

- (11) Wolton, D. *Op. cit.* pg. 210.
- (12) Wolton, D. *Op. cit.* pgs. 212-213.
- (13) Wolton, D. *Op. cit.* pg. 189.
- (14) En este sentido Wolton afirma: “La diferencia entre la televisión generalizada y la televisión temática está dada por lo menos tanto por la amplitud del público al que se dirige como por la naturaleza del mensaje lo cual hace que paradójicamente la primera esté en mejores condiciones que la segunda para abordar los temas culturales” (Wolton, *Op. cit.*, pg. 188).
- (15) Wolton, D., *Op. cit.* pg. 202.
- (16) Verón coincide con Wolton en el carácter no pensado de la televisión. Como Wolton, critica los discursos de carácter “izquierdista-marxista” respecto del medio televisivo. Sorprende, sin embargo, que en este artículo, escrito en el año 1992 -y reeditado en el año 2001-, cuando ya habían sido privatizados los medios en Argentina y daba comienzo el mayor proceso de concentración de las industrias mediáticas y culturales en casi todo el mundo, Verón sostenga que esta postura “izquierdizante” resulta de un rechazo categórico de todo fenómeno que implique un “colectivo democrático de masas”, un fenómeno que hoy en día encarnaría esa misma televisión monopolizada ya no por el Estado sino por grandes conglomerados empresarios. En otro aspecto en el cual ambos coinciden es en no otorgar ninguna referencia concreta de los autores o investigaciones a los cuales se critica y se acusa de tales posturas anacrónicas.
- (17) Verón, E. “Vínculo social, gran público y colectivos de identificación. A propósito de una teoría crítica de la televisión”, en *Op. cit.* pg. 91.
- (18) Verón, E. *Op. cit.* pg. 92.
- (19) Recordemos que Verón ha insistido siempre, en el análisis de los discursos sociales, que “el análisis de la producción no autoriza a hacer inferencias sobre la recepción”. En tal caso se trataría solamente de una hipótesis que habría que comprobar en el terreno; aunque el autor deja sentadas sus dudas respecto de la existencia de algo parecido al “gran público”, de la activación de un vínculo que lo exprese y con el cual identificarse.
- (20) Verón, E. *Op. cit.* pg. 97.
- (21) En este aspecto, Verón sí parece considerar importante en manos de quiénes está la capacidad de producir y difundir los mensajes.
- (22) “Se podría pensar que la televisión temática es la más moderna, la que está en mejores condiciones de adaptarse a la evolución sociocultural de sociedades cada vez más complejas y heterogéneas, y considerar entonces la televisión generalista como una sobreviviente de la época de la televisión de Estado” (Verón, E., *Op. cit.* pg. 91).
- (23) Verón, E. *Op. cit.*, pg. 110.
- (24) Bourdieu, P. “El estudio televisivo y sus bastidores”, en *Op. cit.*
- (25) Bourdieu, P. *Op. cit.*
- (26) Bourdieu, P. *Op. cit.*
- (27) “Un ‘buen historiador’ es alguien a quien los buenos historiadores llaman buen historiador”.
- (28) Bourdieu, P. “La estructura invisible y sus efectos” en *Op. cit.*
- (29) Verón, E. “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica” en *Op. cit.*, pg. 24.
- (30) Para ilustrar este desplazamiento, Verón compara la “puesta en espacio de las grandes emisiones políticas” televisivas correspondientes a la campaña por la presidencia francesa de 1981.
- (31) Verón, E. *Op. cit.*, pg. 20
- (32) Verón, E. *Op. cit.* pg. 22
- (33) “Lugares privilegiados de producción de la sociedad por sí misma (...) obligan a los discursos sociales, que han sido estructurados cuando la polis era aquella de la civilización industrial, a construirse en el nuevo registro de lo metonímico: los discursos político, religioso, informativo, administrativo, económico, deben ponerse a la búsqueda de los códigos y las figuras de lo indicial para expresarse en la dimensión del contacto” (Verón, E. *Op. cit.* pg. 38).
- (34) Bourdieu, P. *Op. cit.*
- (35) Bourdieu, P. *Op. cit.*
- (36) “Así, pues, las presiones de la competencia se conjugan con las rutinas profesionales para llevar a las televisiones a producir la imagen de un mundo lleno de violencia y delitos (...) Así se introduce hábilmente, poco a poco, una filosofía pesimista de la historia que estimula más el retraimiento y la resignación que la rebelión y la indignación...” (Bourdieu, P. “La televisión, el periodismo y la política” en *Contrafuegos*, Barcelona, Anagrama, 1999).
- (37) Bourdieu, P. *Op. cit.*
- (38) Wolton, D. *Pensar la comunicación. Punto de vista para periodistas y políticos*, Bs. As., Docencia, 2001.
- (39) Wolton, D. *Op. cit.* pg. 163.
- (40) Verón, E. “Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile”, en *Lenguajes*, N° 1, abril de 1974, pg. 122.
- (41) Justamente sobre esta cuestión puso especial énfasis Héctor Schmucler en su respuesta a los planteos expresados por Verón y otros integrantes de la revista *Lenguajes*: “Sólo es científico, elaborador de una verdad, un método que surja de una situación histórico-política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social acorde con las proposiciones histórico-políticas en las que se pretende inscribirlas. Lo contrario, la consideración política y la “práctica científica” como fenómenos paralelos (es decir, separados), concluye en un acompañamiento infinito (...) Mientras, cada una de esas llamadas prácticas establecen ciencias y políticas en las que necesariamente se confunden. Dicho sin metáfora geométrica: le guste o no al científico, siempre su ciencia se vincula a una política. Y, lo quiera o no, toda política condiciona una ciencia. Luego, vienen los casos de supercherías conscientes, pero eso entra en el campo de las conductas individuales” (Schmucler, H. “La investigación sobre comunicación masiva”, en *Comunicación y Cultura*, N° 4, 1975, pg. 5).
- (42) Recordemos que en el debate con Wolton, Verón considera que la televisión temática, necesariamente privada y comercial tal como está conformado hoy el sistema de medios, puede satisfacer mejor las demandas culturales de las audiencias sin poner en consideración y sin debatir ninguno de los planteos de Wolton acerca de las consecuencias político-culturales que esto traería. La crítica de Verón se circunscribe, como vimos, a cuestionar el concepto de “gran público” utilizado por Wolton.

(43) Bourdieu. P. *Op. cit.*

Bibliografía

Benveniste, É. *Problemas de Lingüística General*, México, Siglo XXI, 1995.

Bourdieu, P. *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.

Bourdieu, P. *Contrafuegos*, Barcelona, Anagrama, 1999

Eco, U. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial Lumen, 1993.

Schmucler, H. "La investigación sobre comunicación masiva", en *Comunicación y Cultura*, Nº 4, 1975.

Verón, E. "Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile", en *Lenguajes*, Nº 1, abril de 1974.

Verón, E. *El cuerpo de las imágenes*, Norma, Buenos Aires, 2001.

Wolton, D. *El elogio del gran público*, Barcelona, Gedisa, 1992.

Wolton D. *Pensar la comunicación. Punto de vista para periodistas y políticos*, Buenos Aires, Docencia, 2001.