

Unidad 7

- Tecnologías mediáticas y periodismo cultural.

Tecnologías mediáticas y periodismo cultural

La radio como medio para el periodismo cultural

Por su historia, desde comienzos de la década de 1920, la radio ha estado cerca de convertirse, en muchos lugares y momentos diferentes, en un medio de gran penetración y eficacia cultural; tal vez en uno de los medios exclusivamente culturales.

Durante décadas el clásico modelo europeo de radiotelefonía pública sin aditamentos comerciales fue señalado —frente al modelo norteamericano, de carácter corporativo y comercial— como uno de los vehículos idóneos para la difusión cultural y el desarrollo de proyectos de corte educacional. La propia radiotelefonía argentina, en sus primeros años de vida, tenderá en muchas de sus manifestaciones y experiencias a pensarse a sí misma precisamente como un medio de difusión cultural, antes que como una pura fuente de esparcimiento y lucro comercial. No faltan en esa etapa pionera, a lo largo de las décadas del '20 y el '30, los programas que intentan satisfacer objetivos de carácter artístico, educativo y cultural —comenzando por la histórica emisión radiofónica de *Parsifal* de Wagner desde el Teatro Coliseo, la noche del 27 de agosto de 1920— aunque gradualmente el pujante concepto de la radio-empresa comenzará a desplazarlos y a especializar a

las radios oficiales del sistema como las generadoras exclusivas de este tipo de productos.

No faltaron, y de hecho no faltan, en la larga historia de la radiotelefonía nacional, proyectos de esta naturaleza y del mejor nivel, tanto en el sistema oficial como fuera de él, si bien debe reconocerse que la lógica utilitaria de las ganancias efectivas ha tendido sistemáticamente a subestimarlos, y a manejarse frente a ellos con prejuicios ideológicos y estéticos o con la clásica argumentación de las bajas audiencias potenciales.

Si no virgen, el campo de los programas culturales es una de las asignaturas pendientes de la radiofonía argentina, en la que periódicamente intentan su esperanzado y a veces productivo desembarco.

La radio, desde luego, exige que quienes apelen a sus formatos no desatiendan algunas características que le son propias y que establecen rasgos diferenciales respecto de la televisión o los medios gráficos tradicionales, obligando a la composición de una suerte de nuevo "manual de estilo" radiofónico, muy elemental pero no siempre observado.

La materia básica de la radiofonía es el sonido (no sólo la palabra), lo que destierra desde el inicio todo recurso que no se base exclusivamente en componentes lingüísticos y paralingüísticos como la voz humana, la música, los efectos sonoros y el propio silencio articulado como materia. Las referencias de carácter visual deben ser evitadas, lo que no significa que sea imposible el abordaje creativo de la imagen, como en cierto modo lo demostró experimentalmente Oscar Steimberg hacia 1984 con su programa radiofónico "Escuchando historietas" (LR3, Radio Belgrano).

La emisión radial —por su carácter unitario, fugaz e instantáneo— obliga a una cuidadosa planificación de los contenidos y las formas, de modo tal que no fuerce excesivamente la atención del oyente ni lo deje con la frustrante sensación de haber perdido un fragmento irrepetible y tal vez significativo.

La imposibilidad de seguir las reacciones de la audiencia de forma directa no es, en el caso de la radio, un obstáculo

insalvable. El contacto telefónico ha posibilitado en los últimos tiempos un *feedback* intelectual y afectivo de gran importancia recíproca, lo que no satisface, de todas maneras, la necesidad de crear espontáneamente un clima de participación y reconocimiento genuino entre emisores y receptores. En el caso de los proyectos culturales este puente entre ambos parece indispensable para canalizar e interpretar adecuadamente las demandas de los usuarios, uno de los objetivos prioritarios, en definitiva, de la acción cultural y comunicacional.

Televisión y periodismo cultural

El tema de la televisión como “medio de cultura” preocupó tempranamente a muchos investigadores sociales, motivados por las acusaciones de banalizadora y escapista que se levantaron contra ella también en forma temprana.

Uno de los primeros intentos sistemáticos de explorar el campo en el sentido apuntado se llevó a cabo en Francia a comienzos de la década del '50, cuando el equipamiento televisivo y el propio desarrollo del medio se encontraban todavía en una etapa de real incipencia. Una red de pequeños pueblos franceses, esparcidos en un radio de 100 kilómetros al este de París, conoció la televisión a través de lo que se definió entonces como la experiencia de los *teleclubes*, o grupos zonales de consumo y debate de los contenidos televisuales.

La experiencia francesa fue seguida con interés por la UNESCO, y convocó a un grupo calificado de especialistas de la Radiotelevisión Francesa, que trabajó en 1954 en el diseño y la difusión de un ciclo de trece emisiones titulado “Estado de emergencia”. El evaluador de éste fue Joffre Dumazedier, investigador del Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) y presidente del movimiento de educación popular *Peuple et Culture*.

En 1954 dos países netamente pioneros en materia televisiva como Estados Unidos y Gran Bretaña habían pasado de un equipamiento de 47 mil receptores (1947) a otro de 34

millones, pero Francia se encontraba desde este punto de vista en una situación comparativamente desfavorable, aunque se evaluaba que casi el 50 % de la tenencia de receptores correspondía a sectores de ingresos medios.

Para la época, en una típica actitud “apocalíptica” que veía al nuevo medio como una potencial amenaza para la cultura, la mayoría de los intelectuales ostentaba opiniones negativas similares a las que había vertido en otras etapas a propósito de medios como la prensa, el cine, la radio y la fotografía, si bien era sugestivamente irrelevante el porcentaje de quienes poseían una auténtica experiencia de consumo y análisis televisivo. Dumazedier, pionero en este sentido, pensaba que la televisión planteaba a la cultura un problema ciertamente nuevo, pero que sus términos no eran correctamente discriminados y propuestos, y de ahí la pertinencia del estudio encarado por la UNESCO y la RTF.

El universo encuestado e investigado poseía las experiencias específicas del ciclo “Estado de emergencia”, más las derivadas de la propia audiencia colectiva de los *teleclubes*, con típicos programas culturales de la RTF de aquellos años como “Treinta y seis luminarias”, “Joyas de París”, “La vida de los animales”, “Lecturas para todos”, “Revista femenina”, “Diario televisivo”, “Revista del pasado”, etcétera.

Una de las preocupaciones dominantes de los investigadores era establecer algunos índices concretos en relación con: a) el éxito o fracaso de determinadas emisiones, b) los cambios de actitud que determinaban, c) las modificaciones positivas provocadas por ellas, y d) el deseo de volver a consumir un producto específico.

Los resultados de esta investigación precursora —sintetizados por Dumazedier en su libro *Televisión y educación popular* (1956)— permitieron en su momento la elaboración de un paquete de sugerencias y observaciones, que a la distancia conservan su interés (y en cierto modo su frescura) para la reflexión sobre el medio y sus vinculaciones con una posible sistematicidad cultural. Cuatro, por lo menos, resultan todavía llamativas si las pensamos en términos de prácticas a par-

tir de desarrollos ulteriores y de nuestra propia experiencia televisual:

1) Los espectadores tienden siempre a privilegiar las variedades de *entretenimiento*, lo que obligaría a preguntarse sobre qué tipo de necesidades íntimas del consumidor satisfacen, más que a pensar el tema en términos de superficialidad, gusto por la facilidad o mero escapismo banal. Distracción y diversión aparecen más bien como respuestas a necesidades positivas y reales de la vida cotidiana sometida a presiones y responsabilidades individuales y sociales.

2) Los espectadores *valorizan* sobre todo: a) lo que rompe la monotonía sin exigir un nivel de concentración alto, b) la variedad, el ritmo enunciativo y la brevedad, c) lo nuevo y la sorpresa, pero también la evocación, d) el humor, e) la satisfacción de los anhelos de belleza y placer, f) el lenguaje accesible a todo el mundo.

3) Al propio tiempo los espectadores perciben las *limitaciones* de las variedades recreativas y coinciden en la necesidad de emitir y consumir programas que brinden posibilidades de *instruirse y ampliar sus horizontes culturales*, lo que plantea como tema la necesidad de infundir a las variedades un mayor valor cultural sin que pierdan su amenidad. “Instruir deleitando —dice Dumazedier— es una tradición universal”.

4) Desde el punto de vista cultural, las “obras maestras” predilectas del público parecen ser, en este contexto, las cinematográficas, y de ahí la sugerencia de tomarlas como punto de partida para otras derivas hacia lo artístico *e incluso hacia problemas más específicos de la sociedad y de la propia vida cotidiana*.

De lo expuesto surge en definitiva la idea de un producto polivalente e ideal, privilegiado como *coartada* para lograr elípticamente un objetivo cultural y educativo más ambicioso, ya que los programas de perfil más definidamente “intelectual” concluyen obviamente por interesar sólo o de manera dominante a los sectores con mayores preocupaciones e intereses previos de este tipo.

La búsqueda del producto ideal, de buena factura periodística, recreativa y divulgatoria (y al mismo tiempo con *rating* convincente), ha sido abordada desde entonces de manera oblicua o pertinente por los sistemas públicos y privados de todo el mundo, con perfiles y resultados que desbordarían holgadamente las posibilidades catalográficas de este libro.

Dumazedier sugería, de todas maneras, una estrategia más amplia, capaz de involucrar no sólo a las variedades de entretenimiento sino al conjunto de las emisiones con algún arraigo en la audiencia e independientemente de su mayor o menor tipicidad cultural, como las noticias de actualidad, los problemas político-sociales, los hechos de la economía, las cuestiones internacionales, etcétera, planteadas desde luego con una mirada promotora, estimulante y capaz de superar la concepción restringida de lo cultural.

En la década del '60 y comienzos de los '70 Televisión Española (TVE) produjo, dentro de esta línea de búsqueda, programas como "La víspera de nuestro tiempo", "Biografía", "Fiesta", "Ateneo" y "Testimonio", motivados fundamentalmente por el carácter estatal del servicio, uno de los rasgos que aparece como dominante cuando se comparan los sistemas públicos europeos con los de tipo privado y corporativo que predominan en Estados Unidos y otras regiones.

Los especialistas españoles se quejaban de que espacios como "Ateneo" o "Los libros que hay que tener" no poseyeran ni la frecuencia ni la duración deseables, frente a otros géneros del medio. Se quejaban también, y éste es un punto conceptual importante, de la ausencia en ellos de un esquema informativo coherente y realmente abarcativo.

La función divulgadora de TVE —a través de programas de tipo científico como "Misterios al descubierto" y "Aula"— era, según los mismos críticos, más amplia y comparativamente profunda que la informativa. En su libro *Los teleadictos* (1971), José M. Rodríguez Méndez establece una interesante distinción conceptual entre el formato divulgatorio de "Aula", tópico y mecánicamente enciclopédico, y el de "Misterios al descubierto", de Luis Miratvilles, que trabaja en cambio con la idea de generar en el espectador un núcleo de interés que

éste debería desarrollar con el aporte de otras fuentes más específicas.

A lo largo de la década del '60 y gracias al desarrollo tecnológico de las frecuencias de UHF, la mayoría de los sistemas de televisión pública europeos intensificaron la calidad de sus servicios mediante el desarrollo de las "segundas cadenas", dirigidas esencialmente a públicos con mayores demandas culturales. En cierto modo estas cadenas fueron las responsables de un acortamiento de las distancias entre la televisión y los sectores intelectuales, lo que suponía, si pensamos en la óptica pionera de Dumazedier y la RTF, un retroceso o un estancamiento en el plano de las propuestas destinadas a las grandes audiencias inespecíficas.

Italia, por ejemplo, inauguró su segundo programa a mediados de 1960, Alemania creó en 1963 la *Zweite Deutsche Fernsehen* (ZDF) con sede en Maguncia, y la RTF siguió finalmente esas huellas entre 1964 y 1967. En Inglaterra, por su parte, la BBC pasó a la ofensiva con un segundo programa en 1964, tras las críticas del Informe Pilkington sobre los medios audiovisuales.

Escribir para cine, televisión y vídeo cultural

Quienes se inclinen, por razones vocacionales, a escribir para cine y televisión deben pensar que ambos medios son esencialmente *imagen* y *movimiento*, y que los dos tienen en común su condición de espectáculos colectivos, pensados en general para públicos con un alto promedio de heterogeneidad, fragmentación y dispersión, rasgo que se potencia en el caso específico de la televisión abierta.

El sentido de *síntesis* y *tiempo* es un requisito que parece indispensable en ambos casos, aunque en el segundo se acentúa por la misma naturaleza del medio. El desarrollo histórico del visualismo parece mostrarnos el pasaje de un tiempo más lento y cargado de información —al estilo del viejo periodismo— a un tiempo breve y fragmentado, que produce la impresión de los tableteantes ritmos del *video-clip*. Largos y

minuciosos *racconti* biográficos o contextuales, por ejemplo, se reducen hoy a una sucesión de breves *spots* informativas que compactan una vida o fenómeno cultural en una sintética estructura de pocos hechos, cuya pertinencia y esencialidad dependerán, en todo caso, del grado de conocimiento y la eficacia selectiva de quienes la organicen y la adapten a un lenguaje visual.

El cine, la televisión y el vídeo cultural abren, desde el punto de vista profesional, una batería de posibilidades que no deja de ser atractiva, a condición de que los clásicos escribas de los medios gráficos se provean, cautelosamente, de algunos conocimientos básicos sobre las técnicas propias del universo visual. La adaptación de piezas teatrales o novelas, la producción de libros cinematográficos o televisivos, los guiones o encuadres, la escritura de diálogos, la producción de ideas y las tareas de asesoramiento cultural son otros tantos campos disponibles para quienes no piensen el tema en los viejos términos exclusivamente "tipográficos".

Conocer el lenguaje, las convenciones y las apoyaturas tecnológicas de un medio es tan esencial como poseer ideas, imaginación y voluntad creativa. Uno de los defectos del viejo cine didáctico o educativo era, precisamente, su relativa indiferencia frente a los adelantos de la tecnología cinematográfica (color, pantalla panorámica, estereofonía, tridimensionalidad, panfoco, etcétera), y de ahí la pobreza de muchos de sus resultados. La tiránica adhesión al formato de 16 mm., sumada a la falta de actualización en materia de lenguaje, convirtió a los productos en repertorios secos, descoloridos y monótonos, incapaces de despertar interés e incluso de informar apropiadamente sobre los temas abordados, y si algo enseñaron en este campo dos grandes maestros como Grierson y Eisenstein, fue que la imagen adecuadamente "dramatizada" debe despertar un *sentimiento*, y éste una *idea*.

Un actualizado conocimiento de las nuevas posibilidades de animación, trucaje, efectos especiales, programas de simulación, etcétera, aunque sea somero en relación con el que deben poseer los técnicos específicos, ayudará, a quien trabaja ideas o guiones cinematográficos, televisivos o de vídeo, a

encontrar o evaluar soluciones mucho más atractivas, dentro de las posibilidades reales del lenguaje visual y de los requisitos a los que debería ajustarse todo material con objetivos educacionales o de difusión cultural. En este nuevo universo no basta ya con la posesión de una buena cultura general y una apropiada herramienta escritural, como ocurría en los tiempos "tipográficos". Se imponen también esta clase de saberes sobre lo tecnológico en sus disponibilidades más sofisticadas y sugerentes.

Pero el tema no se agota, por cierto, con la posesión de tales saberes. A partir de Christian Metz y de otros autores se plantean cuestiones bastante más complejas que tienen que ver con consideraciones de orden epistemológico sobre los modos de representación y con la condición fílmica de lo didáctico, visto, según los casos, desde una semiología de inspiración lingüística o desde otras perspectivas y encuadres teóricos. No parece abusivo, en consecuencia, sugerir un repaso teórico que tenga en cuenta a Metz, Jacquinot, Salomon, Linard y otros estudiosos e investigadores del tema visual y cinematográfico.

El campo de la investigación y el asesoramiento histórico-cultural para la producción cinematográfica, televisiva y de vídeo merecería en este apartado un comentario puntual, fundamentalmente por lo que supone como incumbencia profesional no excesivamente reivindicada. Se trata, en primer término, de un rubro altamente especializado dentro del universo de la producción audiovisual, que exige de quienes lo intentan una formación rigurosa y amplia en temas específicamente históricos, de historia de la cultura, historia de las corrientes del pensamiento, historia social, historia de las ideas estéticas, vida cotidiana, historia de las ciencias y las tecnologías, movimientos políticos y sociales, antropología, etcétera. Los temas posibles son heterogéneos, y exigen para su abordaje no sólo versación sino también una apropiada capacidad para sintetizar los elementos básicos que deberán ma-

nejar o tener en cuenta guionistas, directores de cámaras, vestuaristas, escenógrafos, utileros y otros especialistas en sus respectivas áreas de acción.

Basta con examinar las incongruencias, inexactitudes y anacronismos que abundan en productos espectaculares y supuestamente culturales, sin una justificación estética o conceptual, para reconocer que los campos del asesoramiento y la investigación deben ser reivindicados como una instancia necesaria o por lo menos deseable del proceso de producción visual. Tanto, por lo menos, como los saberes tecnológicos a los que hacíamos referencia más arriba. La tarea pedagógica o divulgatoria debe ser, en suma, el punto de coincidencia de un trabajo interdisciplinario entre especialistas del campo tecnológico comunicacional y especialistas de las humanidades, las ciencias sociales y las disciplinas artísticas, sintetizados, en cierta forma, en la figura ideal del experto en procesos culturales con una buena experiencia de comprensión de conjuntos y sistemas interactivos.

La ilustración como lectura cultural

La rápida expansión de las modernas tecnologías gráficas permitió, desde comienzos de siglo en especial desde los años '20, que los suplementos y revistas se enriquecieran con una nueva posibilidad visual, a la que no había sido ajena en etapas anteriores la existencia de la litografía: nos referimos a la ilustración plástica o fotográfica de las notas, dotada ahora de posibilidades colorísticas y de definición impensables para el viejo periodismo. Como decía *La Nación* de Buenos Aires en setiembre de 1902, al referirse a la aparición de su Suplemento Ilustrado de los jueves: "La nota ilustrada correrá a la par de la palabra impresa, dando las artes gráficas forma nueva y más perfecta a la acción del periodismo, en su constante batallar por la difusión de las ideas y las informaciones".

La evolución de las técnicas de fotograbado, rotograbado o huecograbado, y el uso cada vez más confiable y depurado del color, introdujeron la colaboración de pintores y dibu-

jantes que fueron definiendo una auténtica “estética del suplemento”, capaz de brindar no sólo la atmósfera y los estilos artísticos de la época, sino también de sugerir muchas veces una segunda lectura desde la propia perspectiva del ilustrador.

Un suplemento dominical como el de *La Nación*, impreso desde 1925 en rotograbado y sucesivamente replanteado desde el punto de vista formal, contó desde sus inicios con la colaboración de artistas de gran calidad plástica como Málaga Grenet, Juan Carlos Huergo, Jorge Larco, Raúl Soldi, Héctor Basaldúa, Vicente Forte, Orlando Pierri, Rodolfo Castagna, Roberto Capurro, Norah Borges, Minerva Daltoe, Pedro Catasús, Alfredo Burnet-Merlin, Juan Carlos Benítez, etcétera, lo que da cuenta simultáneamente de un nivel de exigencia y de una representativa variedad de estilos y resoluciones visuales.

La Prensa, por su parte, diseñó su propia “estética de suplemento”, enriquecida en su caso por el uso del color y la colaboración de artistas de diseño genuinamente original, como el salvadoreño Toño Salazar. En la línea del buen empleo técnico de los recursos colorísticos, merece citarse la Revista Multicolor de los Sábados del diario porteño *Crítica*, dirigida por Borges hacia 1933 y enriquecida por las ilustraciones de Alfaro Siqueiros, Parpagnoli, Gúida, etcétera.

El doble circuito visual de lo plástico y lo fotográfico convirtió a los suplementos en una suerte de auténtico “museo” cotidiano, en el que pueden rastrearse simultáneamente la producción de talentosos artistas e ilustradores (y en este sentido constituyen una impensada *summa artis* que es a la vez una historia de la ilustración y de las propias artes plásticas), junto con un gigantesco archivo iconográfico —casi imposible de pensar como proyecto editorial unitario— que registra las huellas de décadas y décadas de actividad cultural.

A lo largo de este siglo la lista de los artistas que ilustraron cuentos, poemas, ensayos y columnas de suplementos y revistas culturales argentinos sería tan inabarcable como la de escritores, críticos y periodistas que colaboraron en ellos, aunque algunos nombres se destacan como representativos de

épocas enteras del periodismo cultural: un dibujante de fina caligrafía como Alejandro Sirio, por ejemplo, es casi emblemático de los medios gráficos de los años '20 y '30.

Es indiscutible, en este sentido, que las dos últimas décadas del periodismo cultural rioplatense están ligadas al talento de un ilustrador, caricaturista y pintor de primer nivel como el uruguayo Hermenegildo Sábat, considerado por muchos —y no sin razón— como una suerte de Daumier del siglo XX.

Luego de una etapa de colaboración en *El País*, *Acción y Marcha* de Montevideo, Sábat se trasladó a Buenos Aires y comenzó a dibujar para semanarios como *Primera Plana*, suplementos como “La Opinión Cultural”, para el que ilustra entre 1971 y 1973, revistas como *Crisis*, que cuenta con su colaboración a lo largo de las cuarenta entregas de su primera etapa (1973-1976), para iniciar en 1973 una larga actuación en el diario *Clarín*, como dibujante de las secciones Política y Política internacional, y del suplemento de *Clarín*, “Cultura y Nación”.

Al margen de su notable calidad plástica, que lo coloca entre los mayores dibujantes de nuestra época, Sábat se distingue por su indudable capacidad para plantear a la ilustración como *periodismo*, y en este sentido como *información* y *opinión* simultáneas sobre el personaje o el fenómeno registrado gráficamente para la página cotidiana.

Por fortuna, una porción significativa de los centenares de dibujos realizados por el artista para la efímera vida del diario ha sido recopilada en libros, como *Al troesma con cariño*, *Scat*, *Monsieur Lautrec*, *Tango mío*, *Georgie Dear*, *Dogor*, *Seré breve*, *Sentido pésame*, *Una satisfacción tras otra*, etcétera. Toda una lección dibujada, en síntesis, de lo que puede ser el periodismo cultural.