

La política en la era de la televisión: más allá de la perspectiva de la *video-política*.

Mariano Fernández

Afiliación institucional: Conicet (Centro de Investigaciones Socio Históricas-UNLP)/Facultad de Periodismo (UNLP)/Área Transdepartamental de Crítica de Artes (IUNA).

Correo electrónico: elcadri@yahoo.com.ar

Resumen: Nos proponemos reflexionar sobre la televisión y la gestión de colectivos e imaginarios políticos, es decir, de esa tarea plenamente política que hoy no puede prescindir de su escenificación mediática. Este vínculo es una zona turbia en la reflexión sobre la llamada video política, término que designa, al mismo tiempo, un fenómeno y se posiciona frente a él. Como perspectiva de análisis, la *video-política* sostiene, en términos generales, la idea de que la televisión ha significado la introducción, en las prácticas políticas, de algo impropio: la imagen. Esta idea, condena a la televisión: como dispositivo tecnológico, el rol histórico de la televisión ha sido el de escenificar los cuerpos políticos (algo que ni la escritura ni la radio habían podido hacer), pero por su misma naturaleza (de empresa capitalista) ha quedado contra las cuerdas: condenada a mostrar los cuerpos individuales y acusada por convertir la ciudadanía en audiencia, la TV sería un agente central en el proceso de descolectivización social y espectacularización de la política que caracteriza a la sociedad individualista de masas. En este trabajo queremos ir más allá de los límites de la video política (concebida como perspectiva de análisis) para pensar a la televisión como un espacio social de construcción de “campos de lo visible” y, al mismo tiempo, dar cuenta de las variables que los medios introducen en relación a la dialéctica cuerpo social-cuerpo individual, o, en otros términos, la inscripción colectiva de los cuerpos individuales mediatizados.

Palabras claves: cuerpos-colectivos-imaginarios- videopolítica

La política en la era de la televisión: más allá de la perspectiva de la *video-política*.

Si aceptamos que lo que se ha dado en llamar “video-política” designa un fenómeno social contemporáneo (la irrupción de la televisión como una *arena* pública privilegiada de la política), debemos conceder que el término ya nos ofrece una hipótesis sobre el fenómeno que pretende nombrar, y, por eso mismo, define una perspectiva de análisis y un posicionamiento (político) sobre ese mismo fenómeno. Giovanni Sartori (1998), quien se ha adjudicado la introducción del término en los debates sobre la mediatización de la política, ha dicho: “El término video política (tal vez acuñado por mí) hace referencia sólo a uno de los múltiples aspectos del poder del vídeo: su incidencia en los procesos políticos, y con ello una radical transformación de cómo ser políticos, y de cómo gestionar ‘la política’”. Más allá de cómo se describa el contenido de esa “incidencia”, lo que nos interesa es subrayar lo que la definición da por sentado: el sentido, la dirección de esa “incidencia”, que va de la televisión hacia la política. Esa idea ha sido –y es- dominante en la conceptualización del problema.

Tal vez convenga hacer una aclaración: la “incidencia” en la que estamos pensando no es aquella –incontrovertible- que se detecta en casos puntuales en los que la mediatización de un hecho (por ejemplo, una investigación judicial sobre un funcionario público) es causa determinante de una reacción (por ejemplo, del poder político involucrado para entorpecer o condicionar la dirección de la causa). La “incidencia” de la que hablamos concierne a un aspecto estructural: los modos de contacto de la ciudadanía y los políticos (en términos generales, las organizaciones políticas y sus líderes), y por lo tanto a la puesta en escena de ese vínculo. Más generalmente, uno de los problemas políticos que plantea la televisión es la configuración de las esferas de visibilidad (y, por tanto, de inteligibilidad) en las que se constituyen los problemas que se convierten en debates públicos, en objeto de luchas políticas. Es este, para nosotros, el problema que la perspectiva de la *video-política* pretende explicar por la vía de la contraposición (virulenta, si atendemos a sus formulaciones) entre la política y los medios audiovisuales.

En este sentido, en el marco de un trabajo dedicado a analizar la llamada crisis de la representación política, y el rol de los liderazgos en ese proceso, y atendiendo al constante desplazamiento de las preguntas hacia el rol de los medios en la mentada “crisis”, Marcos Novaro (2000:39) escribió que “gracias a la mass-mediatización, la acción y el discurso políticos se intersectan en un espacio mucho más amplio que el tradicional. Se ponen en escena recursos de deliberación, información e identificación que exceden en mucho los materiales e instrumentos con que se construían los esquemas de reconocimiento,

identificación y movilización nacional-populares o clasistas de los partidos de masas y del espacio público propio de las sociedades industriales. Y ello colabora a agudizar la crisis de las instituciones de representación, porque estas no dan abasto para recoger y absorber la multitud de intereses y demandas heterogéneas que acceden ahora al espacio público”¹.

Nos interesa, en la mirada de Novaro, su atención sobre las *escalas de transiciones* que se existen, en la realidad, entre las tradiciones de praxis política y los medios de comunicación. Y queremos subrayarlo, precisamente, porque es una actitud difícil de encontrar en muchos autores dedicados a estudiar este problema. En efecto, es mucha la bibliografía² consagrada a estudiar los vínculos entre medios y política, y especialmente, entre la televisión y la política, signada por la percepción de que la TV ha significado la imposición a la política de reglas de funcionamiento que le eran, antes de su llegada, extrañas. Es decir, se trataría de un vínculo atravesado por la tensión entre *lo propio* de la política y *lo impropio* introducido por la televisión. Además, si se atiende a la secuencia histórica en que se produce ese vínculo, se trataría de un proceso sometido a brutos saltos de discontinuidad.

Sin dudas, hay razones históricas que explican la tendencia a encarar el problema desde esta óptica. La primera –obvia en su formulación, pero cuya importancia no podemos menospreciar– es eminentemente cronológica: la política precede a su mediatización, de modo que el pensamiento sobre la mediatización de la política no pudo sino constituirse sobre la base de la pregunta del impacto de la primera en la segunda. Ahora bien: ¿qué era lo propio de la política, aquello que la televisión trastornó? ¿Y qué es lo propio de la televisión, aquello con lo cual vino a alterar la naturaleza de la política? Según la bibliografía que estamos glosando, podemos resumir este juego de propios e impropios en dos términos: la palabra y la imagen. En definitiva, un problema de naturalezas semióticas³. Y esto afecta, directamente, a la constitución de las esferas de visibilidad e inteligibilidad del espacio público mediatizado.

¹ Ampliando esta observación, y ofreciendo una pauta de la dimensión sociológica del problema, Novaro apunta (en nota al pie 16) que esa multiplicación de demandas e intereses que acceden al espacio público, y que no pueden ser absorbidas en conjunto por el sistema político “colabora a que se disipen las fronteras entre el plano interno y el externo de los partidos, porque éstos pierden el control de la socialización y la educación política de los ciudadanos”.

² Algunas referencias bibliográficas de autores que abordan el problema desde esa perspectiva: Sartori (1998), Sánchez Ruiz (2005), Gubern (1991), Virilio (1998), Edelman (2002), Martínez Pandiani (2004), Cerbino (2003), Durán Muñoz (2004). También esta idea está presente en muchos de los trabajos compilados por Gauthier, Gosselin y Mouchon (1998), aunque ese volumen ofrece un panorama de la complejidad que implica la mediatización de la política, algo que otros de los aquí citado o desconocen, o no están dispuestos a aceptar.

³ Por poner sólo un ejemplo tomado de la bibliografía citada en la nota anterior: “Por otro lado, la personalización de la política (*egocracia*) en la que lo fundamental para el político es seducir a los públicos ofreciendo su propia persona como valor y al mismo tiempo desvalorizando al adversario, no con argumentos ni ideológicos ni programáticos sino de tipo moral, se da la mano con la *videocracia*, es decir, con el régimen mediático de las imágenes que da más elementos para ver que para pensar” (Cerbino, 2003)

Por eso, al principio del trabajo, recuperamos la noción de “arenas”, propuesta por André Gosselin (1998) para referirse a los “lugares sociales en los que el juego de la teatralidad (del accionar dramático) puede expresarse mediante la confrontación”. Para el autor, la comunicación política siempre necesitó de tales espacios. La televisión no significa, entonces, la introducción de lo “dramático” (es decir, de lo impropio) en la política, aunque es evidente que trastorna las dimensiones y la expansión de esa puesta en escena, y también, claro, las estrategias de los actores que en ella deben exponerse (de esto nos habla Novaro). Por eso, no está de más subrayar aquello que ha dicho André Belanger (1998: 150): que la estructura de la comunicación política, siempre implica “formas específicas de apariencia y lugares propios del conflicto”. La televisión, históricamente, significó “el forzoso desplazamiento de un teatro que las formaciones políticas dominaban en gran medida, hacia arenas en las que la puesta en escena es más difícil de controlar y en las que las personalidades se imponen a los partidos”.

Como se ve, no intentamos desconocer las nuevas condiciones de producción del discurso político que ha instituido la televisión, por lo demás un tema que ha sido y está siendo investigado por muchísimos estudiosos. Sabemos, y es evidente, que hay algo nuevo allí. Pero pretendemos –aunque más no sea como ejercicio analítico- hacer hincapié no tanto en el impacto de la televisión sobre la política, sino más bien en los problemas políticos (plantados y discutidos antes de la mediatización de las sociedades contemporáneas, e incluso, ya en su curso, independientemente de ella) para los cuáles la televisión significó un escenario privilegiado de manifestación. Esto, creemos, nos ofrece un punto de partida menos expuesto a la moralización del problema (que suele manifestar como nostalgia por una época donde la política *era realmente política*), ya que la pregunta por la novedad introducida por la televisión deja de pensarse en términos de *discontinuidad* por el encuentro de dos prácticas heterogéneas (o contradictorias, mejor dicho), una de las cuáles habría sido dañada.

Ahora bien, en algo coincidimos con esa bibliografía que cuestionamos: la delimitación del campo de problemas que considera central en la pregunta por los vínculos entre televisión y política. De manera esquemática, ese campo puede organizarse según dos problemas *núcleos* en torno de los cuáles gira el debate. Uno tiene que ver con la denominada *política-espectáculo*, entendida como la subsunción de la política a las reglas de la televisión (o, inclusive, a las reglas del sistema de medios en su conjunto según, por caso, Edelman, 2002). El otro problema es el de la *personalización de la política*, un proceso que suele cuestionarse como la antítesis de la política basada en programas, ideas, etc. En los dos casos, volvemos sobre la tensión entre lo propio y lo impropio, la palabra y la imagen: dos modos de

constitución de discursos sociales. Además, se trata de dos problemas vinculados: cuando se habla de la política como espectáculo (una afirmación que supone varias caracterizaciones simultáneas) se piensa en la instauración de un régimen de visibilidad (es decir, uno de los modos de existencia del espacio público) dominado por un dispositivo tecnológico dispuesto a construir “dramaturgias”. Cuando se habla de la personalización de la política, se piensa en las condiciones que ese régimen de visibilidad impone a la emergencia de los cuerpos de los políticos en la escena televisiva.

Hemos discutido con cierto detalle en otro trabajo la inconveniencia de esas dos objeciones a la televisión – inconveniencia tanto teórica como tanto empírica, en términos de la clase de preguntas que permiten realizarse para la investigación aplicada (Fernández, 2009). Aquí queremos limitarnos a proponer, retomando muchas de las observaciones hechas en aquel trabajo, una perspectiva que permita ir más allá de los límites de la fórmula explicativa de la videopolítica.

Antes que reincidir en el temor por las dramaturgias y los personajes (supuestamente, en eso se ha convertido la política a causa de la televisión) proponemos, en primer lugar, pensar a la televisión como un espacio social (uno más, pero sin dudas importante) de construcción de “campos de lo visible”, algo que Rancière (2007:59) considera problema constitutivo de la política y, en segunda instancia, dar cuenta de las variables que los medios introducen en relación a la dialéctica cuerpo social-cuerpo individual, o, en otros términos, la inscripción colectiva de los cuerpos individuales mediatizados problemática muy desatendida (o planteada de manera reduccionista) por la tesis de la personalización de la política.

La política y el campo de lo visible

En un estudio dedicado a ordenar los debates contemporáneos sobre el espacio público, Nora Rabotnikof (1997) distingue tres sentidos básicos relacionados con dicho concepto: uno asociado a lo “común y lo general” (opuesto a lo individual y lo particular); el segundo, hace referencia a lo visible o manifiesto, en contraposición a lo oculto y lo secreto; el tercero se refiere a lo *abierto*, en oposición a lo cerrado, es decir, a la accesibilidad. El sistema mediático atraviesa transversalmente a estas tres instancias: en torno a su funcionamiento, pueden plantearse interrogantes que involucren las tres propiedades que sintetiza Rabotnikof. En cualquier caso, el problema político, en los medios, está directamente relacionado con el modo en que se resuelven los problemas relativos a cada instancia: ¿qué temas merecen ser tratados y quién decide cuáles son esos temas? ¿Cómo mostrar el mundo y

qué no puede ser visibilizado? ¿Quiénes acceden a ese campo de lo visible y por qué? Cada una de estas preguntas involucra niveles de determinación distintos.

Aquí nos interesa el problema de la visibilidad por dos razones complementarias: porque nos remite al problema de las “naturalezas semióticas” de la política y de la televisión y porque es precisamente en el nivel de la discursividad dónde hay que situar las discusiones relativas a la política-espectáculo y a la exaltación de la “personalidad” (o, más en línea con nuestro planteo en este escrito: el problema de la dialéctica entre cuerpo individual y cuerpo social).

En este sentido, partimos de una observación de Eliseo Verón (2001:39) a propósito de la conversión de la política en “espectáculo” y el rol de la TV en ese proceso: “¿Estado-espectáculo? Sin duda, a condición de recordar que el Estado, todo Estado, siempre lo ha sido, aun cuando la impresión de la moneda con la efigie del Rey y el paso a la televisión no supongan los mismos procedimientos técnicos. La mediatización cambia la escala del espectáculo, y no su naturaleza semiótica. (...) ¿Fin de lo político? Por el contrario, nueva etapa que es, paradójicamente, una reapropiación del nivel significativo más arcaico: lo político comienza a significar el territorio inmediato, se juega en el micro-intercambio, solicita la decodificación del cuerpo significativo”.

¿Cómo se vincula el tema de la naturaleza semiótica y el de los cambios de escala? Verón ha desarrollado una tesis que ha expuesto en numerosas ocasiones (2001, 2002, 2004): la mediatización, desde el punto de vista de los órdenes significantes definidos por Peirce (lo icónico, lo indicial, lo simbólico), se desarrolla en sentido inverso a cómo sucede en la socialización de los hombres: en el desarrollo de la vida de un hombre, lo simbólico (la escritura) se consolida después de lo indicial (la conformación del cuerpo) y de lo icónico (la imagen): “Se podría decir que el surgimiento de la cultura y la constitución del lazo social se define por la transferencia de estos tres órdenes sobre soportes materiales autónomos en relación con el cuerpo significativo: desde el arte rupestre de la prehistoria hasta los medios electrónicos masivos, la cultura implica un proceso por el cual materias significantes distintas del cuerpo son investidas por los tres órdenes de sentido” (2004: 148).

Ahora bien, esta observación podría pasar por trivial si no fuera ostensible el descuido de la que ha sido objeto: leyendo a ciertos autores (empezando por Sartori) parece como si antes de la televisión, la política hubiera sido sólo cuestión de palabra, o sea de abstracciones, o sea: una actividad que sólo se desarrollaba en el nivel simbólico⁴.

⁴ Giovanni Sartori, en *Homo videns* dice que “la televisión anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (1998:47). Partiendo de esa premisa, su

El argumento de Verón se completa con una observación de implicancias históricas: la prensa gráfica de masas implicó la mediatización de la escritura e introdujo lo que el autor llama “fenómenos de cambio de escala”. La radio, y la televisión fundamentalmente, al mediatizar las operaciones primeras (icónicas) y segundas (indiciales) produce “rupturas de escala”: “Hablamos de ruptura de escala porque la mediatización de la primeridad y de la secundidad introduce en un nivel colectivo, operaciones que antes sólo eran posibles en el contexto inmediato de la semiosis interindividual”. Por eso, dice Verón, los medios modernos, “llamados durante mucho tiempo ‘de masas’, son dispositivos de ruptura de escala”⁵.

La conflictividad política no escapa a los efectos de las rupturas de escala. Como bien sabemos, la política también empezó a disputarse en la pantalla chica: ya sea porque en su interior los políticos se pasean para ampliar su visibilidad ya sea porque ella se convierte en un lugar de la ciudad (no en un simulacro, no en una réplica, no en una mera “representación”: la televisión es, también, la ciudad), y por tanto, allí también, como en las calles, se construyen escenas propiamente políticas; allí, como en las calles, el poder interviene para controlar el espacio político; allí, como en las calles, también se juega la resistencia a ese poder.

Ahora podemos intentar conciliar esta concepción de los medios con una perspectiva teórica que, como la de Jacques Rancière, se ha preocupado por reflexionar sobre la importancia que la institución de esferas de experiencia tiene como condición de la lucha política, y, en ese marco, por entender la importancia política de lo que, a falta de mejor término, podemos denominar “regímenes de visibilidad”.

Rancière, en su teorización sobre *lo político*, parte de una distinción entre “la política” y “la policía”. Para el autor, “lo político” (pensado como cualidad de un conflicto) se define por el encuentro entre dos procesos heterogéneos: la policía (en un sentido ampliado: la administración de la distribución de los participantes y la jerarquía de lugares y funciones en una sociedad, por lo tanto, una institución que no se limita al aparato del estado). Y la política: entendida como lógica de la emancipación que moviliza prácticas guiadas por la suposición de que todos somos iguales y por el intento de verificar esa suposición. Para Rancière, “lo político” es, entonces, “el lugar donde la verificación de la igualdad se convierte necesariamente en el manejo de un daño”.

argumento es que vivimos en una sociedad “teledirigida”, donde la “participación política” es casi anulada por el poder de la televisión de imponer su “fuerza de veracidad”, basada en el “reemplazo” de la palabra por la imagen.

⁵ Como bien a señalado Carlón (2004) se trata de una *ruptura espacio-temporal*: su paradigma es el directo televisivo, con la posibilidad de experimentar simultáneamente algo que está sucediendo en otro lugar, a cientos, miles de kilómetros, o a unas cuadras de la propia casa.

En este sentido, para el autor, cuando se piensa en *el status político de una disputa* (y aquí Rancière discute con las concepciones contractuales o comunicacionales de la comunidad política), debe entenderse que este no viene dado por el ejercicio del poder ni por la lucha por el poder. “La política es, en primer lugar, la configuración de un espacio como político, la configuración de una esfera específica de experiencia, la separación de objetos que se pretenden comunes, y de sujetos que tienen la capacidad para designar esos objetos y discutir sobre ellos. La política es, primero, el conflicto sobre la existencia [the very existence] de esa esfera de experiencia, la realidad de esos objetos comunes y la capacidad de esos sujetos” (Rancière, 2006)

Lo que nos interesa del planteo de Rancière es que el lugar de la lucha (él hablará de litigio político⁶) entre la lógica de la policía y la lógica de la política es, precisamente, uno de los objetos de la disputa, y aún más: es la precondition de esa lucha. En este sentido, esa “esfera de experiencia” es un campo de lo visible, y por lo tanto, la política es, también, un problema “estético”: “La distribución y redistribución de tiempos y espacios, lugares e identidades, el modo de organizar y reorganizar [framing and reframing] lo visible y lo invisible, “descubrir habla en el ruido”, a eso yo lo llamo partición de lo sensible. La política consiste en reconfigurar la partición de lo sensible, en traer a escena (o poner en escena) nuevos objetos y sujetos, en hacer visible lo que no era visible, reconocer como palabra la voz de aquellos que sólo eran escuchados como animales ruidosos”. En la medida en que establece esa escena de disenso [o desacuerdo, o distorsión], la política puede ser caracterizada como una actividad “estética”, en un sentido que no tiene nada que ver con el adorno del poder que Benjamin llamó “estetización de la política”⁷.

De estas reflexiones de Rancière nos interesan dos aspectos, uno, relativo a cómo piensa el autor la cuestión de la política-espectáculo, toda vez que ha asumido la dimensión estética de la lucha política. En segundo lugar, más en línea con nuestro tema, qué lugar le cabe a los medios en la configuración de ese campo de lo visible.

En cuanto al primer punto, para Rancière (2007: 45), hablar de *política-espectáculo*, en tanto fenómeno novedoso es incorrecto. “Espectacular o no, la actividad política es siempre un modo de manifestación que deshace las divisiones sensibles del orden policial mediante la puesta en acto de un supuesto que por principio le es heterogéneo, el de una parte

⁶ Para una definición de la noción de litigio, ver Rancière, 2007:127.

⁷ Se refiere a las consideraciones finales que Benjamin hace en el Epílogo a *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica* (1989:55-57).

de los que no tienen parte, la que, en última instancia, manifiesta en sí misma la pura contingencia del orden, la igualdad de cualquier ser parlante con cualquier ser parlante”.

En relación al segundo punto, en los breves pasajes que Rancière dedica a ubicar el problema mediático en relación con su teoría, suele identificar a los medios como un espacio dispuestos para el ejercicio de policía (recordemos: para la administración de los nombres y los cuerpos de los participantes y la jerarquía de los lugares y las funciones). Hasta donde entendemos, esto también supone que los medios son un espacio privilegiado para la lucha política, de otro modo: son una esfera de experiencia que puede convertirse en el espacio del litigio por la igualdad, y por tanto, de la partición de lo sensible: permanentemente, la televisión se constituye en la escena en que diferentes colectivos se nos hacen visibles, o, como dice Rancière, allí donde se produce la “introducción en el campo de la experiencia de un visible que modifica el régimen de lo visible” (Rancière, 2007:126). Y esto nos parece cierto incluso reconociendo que las reglas de la aparición de lo visible no están en poder de todos, ni están equitativamente distribuidas., ya que, como dice Rancière *El desacuerdo* (2007:46): “El régimen del sondeo de opinión y de la exhibición permanente de lo real es en la actualidad la forma corriente de la policía en las sociedades occidentales. La policía puede ser amable, y no por eso deja de ser lo contrario de la política”.

Cuerpos y colectivos en la mediatización de la política

No es extraño que se haya tendido a identificar la “personalización” que induce la TV con el “individualismo” social. Uno y otro, para muchos autores, son cara y ceca de una misma moneda. Y no es extraño porque hay indicios de que los medios de comunicación han jugado un rol acelerador en la consolidación del individualismo moderno (ver, al respecto, Lipovetsky, 1993, y Verón, 1997). Sin embargo, no podemos conceder, por simple transitividad, que los medios –y en particular, la televisión- hayan sido un espacio de disolución de lo colectivo. En todo caso, este es el dilema que nos plantea la mediatización en la era actual: *un proceso histórico que ha contribuido a formación de la sociedad individualista de masas y que, sin embargo, produce permanentemente espacio de generación, administración e inscripción de colectivos sociales.*

Creemos, por eso, que, aunque más no sea como hipótesis de trabajo, hay que tener presente aquello que en su momento escribía Verón (2002:139): “*La comunicación propiamente mediática implica la construcción, en producción, de un destinatario que es un colectivo, y no un individuo (...)* Ya se trate de un libro destinado a publicación o de una

columna para un diario, el autor está sometido a la condición según la cual *el fantasma de su destinatario no es un individuo*⁸.

Una de las objeciones a esta idea de la inscripción de lo colectivo en los medios es que, en palabras de Gubern (1997), a lo sumo, allí podemos encontrar una “experiencia vicarial” de comunidad, es decir, una extraña entidad: un común sin interacción.

Sin embargo, habría que repensar a los medios en el seno de una sociedad que, como dice Maffesoli, está volviendo “a actuar, en todos los dominios, *la pasión comunitaria*” (2004:45). Maffesoli habla de la posmodernidad “como regreso exacerbado del arcaísmo”, sin dejar de notar el “*constante vaivén que se establece entre la masificación creciente y el desarrollo de los microgrupos que llamaré tribus*” (cursivas en el original)⁹.

La tesis de Maffesoli permanecerá, en lo que sigue, como advertencia: el problema de la recreación de colectivos sociales (sean estos del tipo que sean: político-contractual o afectivo-sensible, en su terminología, 2004:145) en una sociedad “individualista de masas”¹⁰ no puede encontrar una causalidad explicativa en el sistema mediático. Dicho lo cual, tendremos que señalar que, de todas maneras, la construcción de colectivos (de identidades, de identificaciones¹¹) es inherente a los medios (Verón: 1998). Si aceptamos –y lo hacemos– que existe una dialéctica entre la masificación y la atomización social, de inmediato el problema de los “colectivos” (de las *tribus*, en la teoría de Maffesoli) se nos aparece como un eslabón central que sostiene la cuerda tensada entre los dos polos.

De hecho, hay más de un pasaje posible entre las propiedades que Maffesoli le atribuye a las “tribus” y los colectivos que los medios están en condiciones de producir, según el análisis que Daniel Dayan ha propuesto en su artículo *Televisión: el casi público* (2000).

Maffesoli, en este sentido, se queja de que la terca insistencia en la deshumanización, el desencanto del mundo moderno y la soledad que engendra hacen “que ya casi no podamos ver las redes de solidaridad que se constituyen en ella” (2004: 145). Opone la socialidad a lo social. Mientras éste tiene consistencia, una estrategia y una finalidad (es, estrictamente

⁸ Subrayados nuestros.

⁹ Habría que prestar atención –aquí sólo podemos mencionarlo al pasar– a la postura del antropólogo francés en contra de la moralina sociológica sobre el “individualismo”. De hecho, su tesis es que en la posmodernidad, “el individuo” está saturado: pierde, por tanto, centralidad explicativa. Esto toca directamente al lugar de los medios en la sociedad actual. En un breve ensayo previo a *El tiempo de las tribus*, Maffesoli escribe: “La perspectiva del neo-tribalismo (...) resalta por una parte la fusión en el grupo y, por otra, el aspecto efímero de dicha fusión. Así, se ha advertido que en la imitación se da el deseo de ser reconocido por el otro (...) Ocurre que la viscosidad característica de tal imitación encuentra un excelente soporte, e incluso un acelerador, en el desarrollo de los medios de comunicación de masas” (Maffesoli, 1990).

¹⁰ Ver, al respecto, Dubet y Martuccelli (2000), Wolton (2000): en ambos casos se elige la noción de “sociedad individualista de masas” para describir las formaciones sociales contemporáneas.

¹¹ Maffesoli (1990).

hablando, una institución) aquella nombra “agregados de todo tipo, indefinidos”. La “nebulosa de la socialidad”, dice Maffesoli, es una “lógica de la fusión”. Si hubiera que señalar el tipo de “colectivos” que se constituyen en los medios, la socialidad sería un concepto explicativo fundamental. Por su parte, Dayan (2000) ha señalado la incapacidad de la televisión para crear “públicos”, es decir, colectivos con estabilidad, con capacidad de deliberación interna, con capacidad de performance, nucleados en torno a la defensa de valores, capaces de traducir sus gustos en demandas. Circunstancialmente, dice Dayan, la televisión ha servido de “lenguaje provisorio de lo político”, escenificando la performance de “públicos” que, estrictamente hablando, “no son de la televisión”. En ese caso, la televisión no estaría en condiciones de “construir” identidades colectivas ciudadanas, sino lo que Dayan llama “casi públicos”: “público relámpago, público desechable, público en movilización rápida y en disolución instantánea”¹². Tal vez parezca una contradicción que, una vez que afirmamos la necesidad de pensar el lugar de los colectivos en los medios, cite a Dayan enunciando esta imposibilidad. Sin embargo, su perspectiva nos interesa porque nos saca la responsabilidad de justificarnos: nadie puede negar que la televisión (muy a pesar de las tesis que igualan *personalización a individualismo*) produce o gestiona colectivos. En todo caso –y no es poco– el trabajo debe enfocarse, tal como hace Dayan, a analizar y describir las propiedades de esos colectivos.

No es raro que este problema se haya abordado, usualmente, en tanto afecta al ejercicio de la política. Desde nuestro punto de vista basta con aceptar esa imposibilidad (de la televisión para conformar *públicos* sin que eso le niegue su potencia de en la producción de colectivos) como premisa para entender algunos cuestionamientos que se le hacen por su aparente poder de convertir todo lo que se le acerca en objeto de manipulación. Tal es el caso de Gubern, quien, de la oposición entre “ocio agorafílico y ocio claustrofílico”, plantea un desplazamiento: por la teleadicción, dice, “el pueblo (sujeto político activo) se hace público (sujeto massmediático pasivo). Más allá de la diferencia terminológica (Dayan, para referirse a lo que Gubern llama “público” habla de “audiencias”), lo cierto es que uno y otro colectivo (pueblo, público, audiencias) se superponen, pero no necesariamente se sustituyen. De otro modo, no se explicaría que, aún en la era de la televisión, exista conflictividad social.

Sin embargo, ese temor de Gubern (que no podemos objetar como temor, pero sí como pretensión de descripción rigurosa de un fenómeno social), o la idea que ese temor

¹² Pese a las apariencias, no hay, en el texto de Dayan referencias a Maffesoli (tal vez porque su publicación es contemporánea, tal vez no).

encarna, es compartida por una larga lista de autores, empezando por el propio Sartori, quien en su ensayo *Homo videns* (que aquí ya citamos) sostiene que “la televisión anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (1998:47). Partiendo de esa premisa, su argumento es que vivimos en una sociedad “teledirigida”, donde la “participación política” es casi anulada por el poder de la televisión de imponer su “fuerza de veracidad”, basada en el “reemplazo” de la palabra por la imagen: en la lógica de razonamiento del politólogo italiano, el *homo videns* (tipo antropológico resultante de la mutación del *homo sapiens* a causa de la televisión), no puede pensar en términos políticos, ya que todo el vocabulario político de la modernidad se funda en abstracciones: Nación, Estado, Soberanía, democracia, representación, etc (1998: 246), y la imagen sólo admite un pensamiento de lo concreto y singular.

Aquí volvemos sobre nuestro tema de debate inicial: la política espectáculo, ya que se trata de un consenso generado por el temor a la imagen y a la pertinaz creencia de que ésta “sustituye” a la palabra. De esta idea básica se desprende que la política se ha sometido al espectáculo mediático. Los medios “aprovechan y capitalizan las transformaciones ocurridas en la política que han conducido a construir el consenso entre ciudadanos y políticos *basándose en una naturaleza sentimental y personalista, desvinculada de los sistemas de ideas y valores contractuales*” (Cerbino, 2003)¹³. Desde esta perspectiva, los sondeos reemplazan la participación activa de los ciudadanos: “*el electorado aparece, sobre todo, como una audiencia que responde a los términos que se le presentan en el escenario político*” (Durán Muñoz, 2004)¹⁴.

Entre la “personalización” de la política y la confusión entre “audiencia” y ciudadanía”, se perfilan dos formas supuestamente complementarias de “descolectivización” social, de la que los medios serían responsables o agentes colaboradores. Idea, que, sin duda, tiene su versión para lo que sucede del otro lado de la pantalla. Según Dominique Wolton, en efecto, una de las razones que explican el éxito de las nuevas tecnologías es que refuerzan un ideal de autonomía: “Nos encontramos en el corazón del ideal individualista liberal. El individuo entra y, fuera de toda estructura, puede desarrollar libremente su competencia, asegurar su destino, instruirse, intercambiarse mensajes o conocer gente (2000: 96).

Quisiéramos, para concluir, argumentar en contrario de esta idea que, no sin ironía, evoca Wolton.

¹³ Subrayado nuestro.

¹⁴ Subrayado nuestro. Por lo demás, hay un acuerdo con este diagnóstico en Imbert (2003) y Sanchez Ruiz (2005).

Cuerpo social-cuerpo individual, la dialéctica olvidada.

En primer lugar, es necesario inscribir a la televisión en el proceso histórico de la mediatización, en el curso de una trayectoria que puede resumirse así: en la sociedad premediática (una sociedad sin medios), la política se desarrolla en instancias interaccionales, lo que evidentemente no implica que el Estado pudiera prescindir de los símbolos de su poder allí donde no podía hacerse presente, lo que ya nos sugiere la incongruencia histórica de la tesis según la cual son los medios los que “espectacularizan” la política: sabemos que la política nunca pudo prescindir de su puesta en escena; más tarde, con la aparición de la prensa gráfica de masas en el siglo XIX, la política se consolida como un espacio de escritura; la radio, y con más fuerza, la televisión, acoplan a ese carácter escritural, la imagen y el contacto -por la voz y por la puesta en escena mediática del cuerpo o los cuerpos-. Ninguno de estos procesos anula el anterior: la mediatización no diluye la práctica política no mediática, pero tampoco, por definición, la convierte en algo distinto de lo que *ya era*: actividad pasional a la vez que racional, que no puede prescindir de la interacción, y que de hecho no prescinde.

En segundo lugar, hay que destacar una suerte de lectura inversa del mismo fenómeno. No nos parece menor el hecho de que aquellos autores que coinciden con la tesis del reemplazo (que los medios producirían respecto de prácticas sociales sedimentadas), vislumbren como una pérdida la impotencia de los “valores contractuales”, y de allí deriven la emergencia de la figura individual del candidato como su relevo. *Pero más importante resulta el convencimiento de que el “personalismo” es lo otro de un colectivo político.* En su cronología de la mediatización, Eliseo Verón señala que a la televisión le corresponde la puesta en escena del cuerpo del político, algo que por definición no podían hacer los diarios ni la radio. Pero ese cuerpo no es “individual”: es un cuerpo socializado, se trata de la constitución de un “cuerpo social”. Ese cuerpo es la encarnación de un imaginario político (o el intento persistente por lograrlo), no puede ser sólo la representación de sí mismo sino a riesgo de estar haciendo otra cosa que política.

Sin dificultades podemos agregar, aquí, unas palabras de Maffesoli (que, por lo demás, consolidan esta lectura inversa de la que hablamos): “La *persona* en tanto arquetipo, vive y repite los instintos creativos de la colectividad. *Como máscara escenifica o participa de la escenificación de tipos generales.* En este sentido, por lo tanto, no puede hablarse de individualismo o de narcisismo cuando se advierte la preponderancia del cuerpo” (Maffesoli,

1990). He ahí, para Maffesoli, “*el fundamento de la dialéctica cuerpo propio-cuerpo social, tan descuidada por las ciencias sociales*”¹⁵.

Y esto nos devuelve a nuestra preocupación por *las naturalezas semióticas de la política y de la televisión*. El cuerpo del político no se basta con su mera iconicidad. Sin dudas que la televisión ha obligado a cuidar los mínimos gestos, y a estructurar sobre su gestión estrategias de micro-movimientos con un extremo cuidado, tanto que parece, por momentos, absorber el componente lingüístico. Sin embargo, hasta donde sabemos, ningún político puede evitar la palabra: no puede evitar, así hable de su familia y de sus gustos culinarios, inscribirse en un imaginario, producir el contacto con colectivos sociales. Esto no implica negar el proceso de *neutralización de lo político en el discurso*, así como la globalización mediática ha llevado a la neutralización de los acentos locales. Ese proceso (*mal llamado vaciamiento de sentido*) tiene, a su vez, un claro fundamento de sociología política: es la solución que los técnicos en marketing proponen a sus candidatos, como mecanismo de adaptación a una sociedad cada vez menos definida políticamente, o mejor dicho, en la cual son las franjas de votantes indecisos las que deciden las elecciones, de modo que la *neutralización de lo político en el discurso* explica el intento por evitar el componente polémico (Verón, 1987) para evitar excluir lo que, de antemano, puede ser incluido. Pero incluso así, el político no puede dejar de invocar colectivos, es decir, de administrar, en su discurso (verbal y gestual), entidades que circulan, ya, en los imaginarios políticos.

Bibliografía

- Bélanger, André (1998): La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas, en Gauthier, Gosselin y Mouchon: *Comunicación y política*. Gedisa. Barcelona.
- Benjamin, Walter (1989): La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica, en: *Discursos interrumpidos I*. Taurus. Madrid.
- Carlón, Mario (2004): *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. La Crujía. Buenos Aires.
- Cerbino, Mauro (2003): Medios, política y democracia, en *Revista Íconos* n° 16, Mayo de 2003. Ecuador. FLACSO. En: <http://www.flacso.org.ec/html/iconos.html>
- Dayan, Daniel (2000): Televisión, el casi-público. Versión original: “Televisión, le presque public”, Rev. Réseaux n° 100-Cent/Hermès Science Publication. Traducción de Natalia Ferrante y Gastón Cingolani. Mimeo.
- Dubet, François y Martuccelli, Danilo (2000): *¿En qué sociedad vivimos?*, Buenos Aires, Losada.

¹⁵ Subrayado nuestro.

- Durán Muñoz (2004). La mediatización de la democracia en la era de la sociedad de la información, <http://www.ieev.uma.es/rdmunhoz/docencia/dctos/dctos2/compolit.pdf>
- Edelman (2002): *La sociedad del espectáculo*. Manantial. Buenos Aires.
- Gauthier, Gosselin y Mouchon (1998): *Comunicación y política*. Barcelona. Gedisa.
- Gubern, Roman (1991): *El simio informatizado*. Buenos Aires. Eudeba.
- Lipovetski, Gilles [1993] (2000): Espacio privado y espacio público en la era posmoderna, en Ardite, Benjamín (comp): *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. Caracas, Nueva Sociedad. Publicado originalmente en *Sociológica* año 8, N° 22, México.
- Maffesoli, Michel [1990] (2000): Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas, en Arditi, Benjamín: *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. Caracas. Nueva Sociedad. Publicado originalmente en Semprún y otros: *El sujeto europeo*, Pablo Iglesias, Madrid, 1990
- Maffesoli, Michel [2000] (2004): *El tiempo de las tribus*. México DF, Siglo XXI.
- Martínez Pandiani (2004), El impacto de la televisión en la comunicación política moderna. En: <http://www.aamp.org.ar/articulos.html>
- Novaro, Marcos (2000): *Representación y liderazgo en las democracias contemporáneas*. Buenos Aires. Homo Sapiens.
- Rancière, Jacques (2003): Política, identificación y subjetivación, en Arditi, Benjamín: *El reverso de la diferencia*. Nueva Sociedad. Caracas.
- Rancière, Jacques (2006): The Politics of Aesthetics / The Aesthetics of Politics <http://www.16beavergroup.org/mtarchive/archives/001877print.html>
- Rancière, Jacques (2007): *El desacuerdo*. Nueva Visión. Buenos Aires.
- Sánchez Ruiz (2005): *Medios de comunicación y democracia*. Norma. Buenos Aires.
- Sartori, Giovanni (1998): *Homo videns*. Madrid. Taurus
- Touraine, Alain (1989): Comunicación política y crisis de la representatividad, en Ferry y Wolton: *El nuevo espacio público*. Barcelona. Gedisa.
- Verón, Eliseo (1987): La palabra adversativa en *El discurso político. Lenguajes y Acontecimientos*. Ed. Edicial. Buenos Aires.
- Verón, Eliseo (1998): Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de colectivos, en Mouchon, Gauthier (comps): *Comunicación y política*. Barcelona. Gedisa.
- Verón, Eliseo (2001): *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires. Norma.
- Verón, Eliseo (2002): *Espacios Mentales. Efectos de agenda II*. Barcelona. Gedisa.
- Verón, Eliseo (2004): *La semiosis social*. Barcelona. Gedisa.
- Virilio, Paul (1989): *La máquina de visión*. Madrid. Cátedra.
- Virilio, Paul: “La ciudad sobreexpuesta”. Mimeo.
- Wolton, Dominique (2000): *Internet, ¿y después?*, Barcelona, Gedisa.