

RESEÑAS

HOOD, STUART,

En Televisión (On Television), Pluto Press (Media/Politics). Londres, 1980 (1a edición), 1983 (2a edición), 134 pp.

Stuart Hood es un conocido crítico y estudioso de los medios en Gran Bretaña; profesor de cine y televisión en el Royal of Art ha fungido también como “controller” (controlador de la BBC de Londres y de la Televisión Independiente Reino Unido. Esta obra, En Televisión, está dirigida al público general y a quienes se inician en el estudio de los medios masivos por lo cual se evita el use de lenguaje especializado y es de la situación de los medios, sus conexiones organizacionales comerciales, así como de sus funciones y del cómo logra particularmente en el caso de la televisión. Su estructura la siguiente:

Prefacio a la segunda edición

Capítulo

1. La Pantalla
 2. Audiencia
 3. Los que elaboran los programas
 4. Los que controlan
 5. Del Servicio Público a la TV Comercial
 6. Televisión Comercial
 7. 4
 8. Mercado
 9. Tecnología I
 10. Tecnología II
 11. defensa de las emisiones públicas
- Bibliografía sugerida
 - Organizaciones útiles

En esta segunda edición se incluye un análisis de la transmisión la Guerra de las Malvinas (Falklands War) y se discuten las repercusiones que tendrá la expansión tecnológica, especialmente la Televisión por cable, en el funcionamiento de los medios. Stuart Hood apunta la posibilidad de que las transmisiones de “Servicio público” en Gran Bretaña desaparezcan, peligro que en su opinión amenaza igualmente al Servicio Nacional de Salud y a la - Pública en ese país. En sus palabras: “El libro explica algunas las formas en que la televisión trabaja; la cuestión es, sin cambiarlas” (p. 1). En Televisión nos encontramos con uno de trabajos críticos sobre medios masivos que en los últimos años han aparecido en Gran Bretaña, la mayoría de ellos, realizados por grupos de investigación de la Universidad de Glasgow en Escocia y por el Centro de Estudios Contemporáneos de la Universidad de Leicester.

En este caso se trata de una crítica desarrollada por Stuart desde una perspectiva marxista, sobre las relaciones de poder entre las dos instituciones televisivas británicas, BBC Broadcasting Corporation) y ITV (Independent Television), el tado y los intereses de la iniciativa privada.

Capítulo I

LA PANTALLA

En este primer capítulo el autor nos confronta ante la naturaleza creada e ideológica de las imágenes que aparecen en televisión; la manera en que este discurso visual se estructura, el papel que las palabras cumplen “fijando” uno de entre los múltiples posibles significados de la imagen, etc. Aparentemente los programas son elaborados de manera que encajen dentro del llamado “sentido común”, concepto que subyace en la mayoría de los juicios de productores y directores. Sin embargo, en una sociedad políticamente dividida como la británica, no todo el “público” reacciona de manera semejante ante los símbolos manejados en los programas televisivos; existen las “lecturas disidentes”, opuestas a la “lectura privilegiada” (“preferred reading”), o “lectura correcta” que intentan establecer los realizadores. Cualquier programa, noticioso o de ficción, implica una selección de imágenes, y desde este punto, es una transformación de la realidad que representa en la que juicios ideológicos a todos niveles se encuentran presentes.

Capítulo 2

LA AUDIENCIA

Las maneras en que la “audiencia” o “público” de la televisión británica se definen y tratan, son analizadas por Stuart Hood, haciendo énfasis en que a fin de cuentas no existe un conocimiento preciso de quiénes son los que conforman tal conglomerado de televidentes. Lo mismo sucede con los procesos de medición de la popularidad de ciertos programas. El conocimiento del público, su tamaño y preferencias es sin embargo a todas luces importante, en el caso de la cadena comercial por obvias razones económicas, y en el de la BBC por razones políticas y ríonetarias. Esta institución se mantiene con el pago de la licencia que todo ciudadano debe cubrir anualmente por el derecho a tener un aparato de televisión, y es el Estado quien en última instancia determina el monto de tal pago. El autor presenta también un análisis de las tendencias actuales de la televisión británica y aunque reconociendo que el viejo modelo conductista para entender lo que sucede entre programa y tele-espectador es incorrecto, concluye que. “La importancia de la gente que trabaja en los medios reside en que son ellos quienes transmiten a la audiencia sus propias reacciones ante las crisis actuales, y a esa audiencia la invitan a compartir tales reacciones -incluyendo el escapismo inherente en el romántico retorno al pasado” (p. 28).

Capítulo 3

LOS QUE ELABORAN LOS PROGRAMAS

Las personas que están a cargo de la realización de los programas televisivos son reclutadas de entre la pequeña élite que actualmente tiene acceso a la educación superior en la Gran Bretaña, preferentemente entre los egresados de Oxford y Cambridge. El proceso de selección es estricto en lo que concierne a puestos directivos y de toma de decisiones, se consulta sobre su actividad y pertenencia política con los servicios de seguridad. El autor confirma la naturaleza industrial de las corporaciones televisivas y cómo esto se refleja tanto en la forma organizativa de tales instituciones, como en el tipo de programas que se producen. Quienes trabajan en tales instituciones “... no sólo producen programas, sino que también perpetúan una perspectiva

de la sociedad que refuerza y sostiene el actual orden social” (p. 39).

Capítulo 4

LOS QUE CONTROLAN

En la Gran Bretaña los hombres y mujeres que legalmente son responsables por lo que se transmite en televisión son los “gobernadores” de la BBC y de la IBA (Independent Broadeasting Authority). Dichos gobernadores son seleccionados de la lista “buenos y grandes” que tiene en su poder el Director de la Appointments Unit del Departamento de Servicios Estatales. lista contiene los nombres de 4,000 ciudadanos que han ’ sido encomendados a diferentes gobiernos como suficientemente confiables para ser responsables de cargos oficiales y semioficiales,y quienes sólo un pequeño porcentaje son mujeres” (p. 39). Ellos son capaces de juzgar confiablemente lo que la transmite. Además de tales límites legales, es la autocensura en opinión del autor, la que posibilita que en su conjunto la británica apoye casi sin cuestionar el presente estado de cosas.

Capítulo 5

DEL SERVICIO PUBLICO A LA TV COMERCIAL

Aquí el autor nos presenta una interpretación histórica del desarrollo de la televisión británica desde la aparición de la BBC, meramente como British Broadcasting Company y posteriormente transformada en la British Broadeasting Corporation, establecida por decreto real en 1927. Desde sus inicios fue concebida como “servicio público”; pero, según Hood, dentro de los marcos de la clase gobernante y sus intereses. “Una organización de esta índole, serviría mejor al mantenimiento del orden establecido y sus estructuras sociales” (p. 55). La rama televisiva de la BBC (que hasta entonces incluía sólo estaciones radiofónicas) empieza en 1936 con emisiones predominantemente clasemedieras, que escasamente incluían cuestiones políticas e internacionales. En 1955 se establece la televisión comercial (ITV) tras un debate sobre los beneficios de tener otra fuente de información y entretenimiento con propósitos, claramente, de ganancia económica y permitiendo el desarrollo de la libre competencia en este campo.

Capítulo 6

TELEVISION COMERCIAL

La televisión comercial en Gran Bretaña debía en un principio ajustarse a cierta cláusula que en la opinión de los políticos prevendría el que se cayera en la fórmula de, la televisión norteamericana; tal cláusula establece que en los programas transmitidos no debía incluirse nada que proponga, sugiera o implique nociones planteadas por los anunciantes. Stuart Hood cita algunos ejemplos de sugerencias de las compañías patrocinadoras en programas de la TV estadounidense. Sin embargo, ésta y otras medidas de control de calidad resultaron insuficientes o inaplicables, y el capitalismo británico se dedicó a explotar esta fuente de beneficios económicos olvidando casi del todo las previsiones iniciales. La televisión se convirtió rápidamente en un gran negocio y el criterio de los grandes negocios fue aplicado a la producción y venta de programas, ofrecidos como productos a los anunciantes y juzgados según su capacidad para atraer audiencias masivas.

Capítulo 7

EL CANAL 4

“Desde 1955 hasta 1980 el modelo de la televisión británica ha permanecido esencialmente el mismo. Puede ser resumido de esta manera. Por una parte está la BBC, una institución dominada desde Londres, y por otra la IBA (Independent Broadeasting Authority) que controla un sistema federal de contratadores de programas” (p. 79). Estos tienen la obligación de proveer programas a la IBA y el derecho de cobrar a los anunciantes según el área de su franquicia. En 1980 el gobierno de Margaret Thatcher introdujo en el Parlamento una ley que capacita a la IBA para proveer un “segundo servicio televisivo”. La BBC ocupa 2 canales en el espectro de transmisiones y las compañías de la ITV (Independent Television) otro más, habiendo un canal desocupado. Después de un largo debate en el que grupos, y minorías tradicionalmente marginados de la televisión pugnaron por el acceso a tal canal, Independent Television ganó la batalla y el Canal 4 se convirtió en ITV2, confirmando que los contratadores de programas de ITV constituyen el grupo más importante y poderoso de la industria televisiva británica.

Capítulo 8

EL MERCADO

En este capítulo el autor explica las interconexiones entre las compañías que componen la industria televisiva en el Reino Unido; la manera en que el mercado funciona, se apega a toda forma de transacción comercial-industrial, los programas se realizan para venderse nacional e internacionalmente con las apropiadas etiquetas y presentaciones. Los mercados más importantes para la Gran Bretaña son los Estados Unidos, países pertenecientes al Commonwealth y territorios que previamente fueron colonias. El mercado internacional está dominado por programas norteamericanos y británicos, y muchos países africanos y asiáticos casi exclusivamente de estas producciones. Penetración e ideológica van juntas. Y además de programas se venden “La dominación de las agencias noticiosas británicas y canas significa que en la mayoría de las pantallas del mundo de la Unión Soviética y sus países vecinos del Este la noticiosa del mundo es la que puede llamarse del “consenso Americano” (p. 95). La selección de lo que es importante interpretación depende del criterio de la democracia planteada Occidente. Y para justificar la dominancia de los servicios ellos angloamericanos se apela al concepto del “libre flujo información”, que según Hood es la adaptación del concepto del mercado libre a los medios informativos. Los países en vías desarrollo han desafiado esta situación y empiezan a exigir nuevo orden de información internacional”, movimiento la acción tomada por la OPEC en el terreno económico. mandas son más urgentes ante el desarrollo de los satélites sólo en manos de las grandes potencias.

Capítulo 9

NUEVA TECNOLOGIA I

Stuart Hood amplía aquí las consecuencias del desarrollo tecnológico, especialmente en el campo de los medios masivos y en particular de la televisión; el paso del filme al videotape, de a las cámaras pesadas a las portátiles, la expansión del cable principalmente en los Estados Unidos. Sin embargo estos avances ocurren en época de crisis social y económica; en Gran Bretaña, por ejemplo, los sindicatos se resisten a la introducción de nuevos equipos, a menos que sea en los términos de los trabajadores. También se extiende el autor en las posibilidades y problemas que surgen alrededor de los satélites, haciendo énfasis en su posible uso para fines propagandísticos y de espionaje, cuando las transmisiones se realicen sin usar estaciones intermedias sino directamente a los hogares de los televidentes. El autor se niega a aceptar un determinismo

tecnológico. “Algunos de los profetas de la tecnología en medios masivos caen obviamente en la trampa del determinismo tecnológico -la creencia de que si algo es técnicamente posible, es deseable y debe llevarse a la práctica. Existe sin embargo evidencia suficiente que muestra que las sociedades no adoptan cambios tecnológicos de este modo determinístico. Los factores que influyen en la decisión de adoptar una tecnología particular son, en el caso de las empresas capitalistas, la probabilidad de ganancia económica y la existencia de un mercado potencial; en el caso del estado capitalista, los factores determinantes tienden a ser de carácter militar o político” (p. 104).

Capítulo 10

NUEVA TECNOLOGIA

Hood plantea que los cambios tecnológicos forman parte de un movimiento mayor de cambio e inversión, que sin duda modificará nuestros hábitos como consumidores y espectadores (de los medios masivos); pero que no afectará de manera fundamental las relaciones de producción en nuestra sociedad. Critica la proposición de McLuhan en cuanto que nos encontramos en una “aldea electrónica”, pues aunque podamos recibir señales similares y veamos los mismos programas televisivos, tales mensajes son “leídos” de manera diferente en distintos lugares y por distintas clases sociales. El autor no niega el que los desarrollos en los medios masivos hayan afectado las costumbres sociales y la manera de planear y vivir la vida. Cita, en el caso del Reino Unido, que durante los años cincuenta el incremento de televisiones produjo un descenso en la asistencia al cine, con graves repercusiones económicas para la industria fílmica británica. Actualmente se ha reducido el número de televidentes, el parte dice por una saturación de TV pero también debido al auge de los video-cassettes; Gran Bretaña posee el mayor número de video-grabadoras en proporción al tamaño de su población, de entre todos los países desarrollados. Aproximadamente el 10 por ciento de la audiencia potencial de la televisión emplea gran parte de su tiempo ya sea grabando programas para verlos en horarios más convenientes o viendo video-cassettes rentados o comprados. Maestros de la Gran Bretaña reportan que muchos de sus alumnos sólo ven video-cassettes o video-juegos. Tales alteraciones en los hábitos televisivos provocarán cambios organizacionales en los sistemas de transmisión en un futuro cercano. De hecho, dice Hood, la industria electrónica ha requerido tradicionalmente de un nuevo desarrollo aproximadamente cada 10 años a fin de mantener sus ganancias.

Hablando de la televisión por cable, el autor señala que de manera similar a cualquier otra tecnología, lo que importa es cómo se usa y para qué fines. A través del cable puede llegarse a crear una sociedad orwelliana o bien dar acceso a múltiples voces a través de la radio o la televisión, en este caso el tipo de redes comunicativas que Hans Enzensberger ha propuesto en su ensayo sobre la industria de medios de comunicación. Tal tan extenso que dificultaría el ejercicio de un control para que esto sucediera sería necesario un cambio previo en naturaleza de la sociedad.

La transmisión directa desde satélite comenzará en tafia en 1986, y ya se habla del pago adicional a la licencia ciudadanos tendrán que hacer para tener acceso siones. Stuart Hood plantea que tanto el cable como el DBS (Direct Broadcasting Satellite) introducen en ese país la televisión de dos clases, una para los ricos y otra para el resto de la población. representa un rompimiento con la tradición de servicio los medios masivos británicos, bajo la consigna del mercado y usando como instrumento las nuevas tecnologías. inglesa, dice el autor, debe plantearse la pregunta de si (y hasta dónde) defender el concepto de servicio contra de las presiones políticas y comerciales que se han obvias en los últimos años, y que se ejemplifican en el gubernamental de las instituciones de comunicación durante Guerra de las Malvinas.

EN DEFENSA DE LAS EMISIONES PUBLICAS

La tradición en las emisiones masivas británicas se construye alrededor de ciertos conceptos imbuidos en la ideología y la práctica de la BBC y la IBA (British Broadcasting Corporation y Independent Broadeasting Authority). Tales conceptos incluyen el de “transmisiones consensuales”, que expresa la creencia que en la sociedad británica existe un acuerdo general sobre tópicos fundamentales, política, religión, sexo, economía, etc. Las transmisiones que se ubiquen dentro de este “consenso general” saldrán al aire, mientras que las demás serán excluidas o aparecerán sólo en ciertas circunstancias. Cuando estas transmisiones fuera del “consenso” aparezcan, serán tratadas como radicales, desviadas o excéntricas. A partir de la aparición del Canal 4 se han dado algunos intentos de dar acceso a voces normalmente marginadas -minorías étnicas, mujeres y jóvenes- pero debido a la naturaleza de este canal se trata de programas ghetto dentro de un ghetto.

En tiempos “normales” la BBC presenta dentro del asumido “consenso”, debates entre las 2 partes de cada suceso o contienda; por supuesto, los términos de dichos debates son determinados por el entrevistador o moderador, quien establece el orden a seguir y controla la situación. Esta doctrina aparentemente vigente fue claramente rota o más bien, puesta en evidencia su debilidad y limitaciones. Hood lo expresa así: “Repentinamente no fue posible para la BBC, por ejemplo, sugerir que habrá un punto de vista británico y otro argentino acerca de la crisis -y que ambos debían ser presentados ante el público, quien formaría su propia opinión” (p. 123). En el caso de algunos programas como “Newsúight” y “Panorama” que llegaron a sugerir esta situación, recibieron diversos ataques gubernamentales. Cuando la televisión británica proyecta material fílmico que ha sido censurado por los gobiernos de otros países, se inserta un letrero haciendo la aclaración. Durante el conflicto de las Malvinas no existió tal aclaración para el público, no obstante las noticias y las imágenes habrán sido controladas y manipuladas, afirma el autor. Además de lo anterior, las organizaciones extranjeras de noticias fueron excluidas de la cobertura de los sucesos. La Guerra de las Malvinas hace resurgir el problema del control e independencia de los medios masivos en Gran Bretaña’ así como el de los efectos y funciones sociales de tales medios. Stuart Hood plantea que es posible defender ciertos conceptos elaborados bajo un régimen liberal, tales como imparcialidad e independencia, de la misma manera en que es necesario defender la libertad de palabra y los derechos sindicales. Pero una vez más, las cuestiones fundamentales residen en el lugar que los medios de comunicación ocupan en una sociedad, y en el control que la sociedad ejerce sobre ellos.

De esta manera finaliza el autor su introducción a los medios masivos y en particular a la TV en Reino Unido. En Televisión es una muy buena iniciación en el conocimiento de la mecánica de tales medios, e independientemente de que coincidamos o no con la perspectiva teórica del autor (o coincidamos sólo parcialmente), contiene información de gran valor. Resulta interesante descubrir cómo la aparente imparcialidad de programas noticiosos es desvirtuada desde el planteamiento de la situación, cómo una determinada secuencia nos presenta cierta interpretación de los hechos; cómo a partir de la selección de las tomas se excluyen siempre otras posibles que, de haber sido seleccionadas, nos hubieran dado una visión completamente diferente de los “hechos”.

Es necesario estar alerta ante las repercusiones e aplicaciones de los desarrollos tecnológicos, y la manera en que tienden a reforzar las diferencias sociales. Es necesario también estar alert ante las posibilidades manipulativas de los medios masivos, no sólo como espectadores sino como elaboradores de mensajes en el caso de los profesionales de la comunicación. Se trata de una cuestión difícil, pero no podemos contentarnos con sólo criticar desde afuera. Surgen preguntas como, ¿resulta posible transmitir una realidad objetiva a través de la televisión?; si éste no es el caso, ¿cuáles son las precauciones a seguir, o las aclaraciones por hacer? En última instancia siempre estaremos manejando una otra, y quizás la diferencia resida en, por una’ de ello, y por otra no tratar de imponerla como la única o la Quizás el proceso sea más largo y difícil de lo que todo depende de a dónde y cómo deseamos llegar. Gregory Bateson, fines y medios son inseparables y la de las conciencias, en nuestra opinión, no resulta justificable ningún objetivo, por ninguna racionalización,

a través racionalidad. Al fin y al cabo la cuestión del poder y se repite a través del tiempo y en diferentes sociedades. En la tica necesitamos discernir entre la comunicación opresiva y comunicación liberadora.

ALICIA LOZANO MASCARÚA.