



"AGRESIVIDAD Y VIOLENCIA EN LOS RELATOS FILMICOS"

Dr. Luciano Alvarez

El objetivo de las reflexiones que siguen sólo aspira a constituir un limitado ensayo/borrador. En ese sentido proponen ciertas hipótesis teóricas relativas a la articulación de actores sociales vinculados a la construcción de los relatos en el campo audiovisual. Para ello utilizaré algunos campos restringidos de ejemplificación, singularmente ricos, sin embargo.

Por otro lado, doy por laudados ciertos temas como el de la influencia de lo audiovisual sobre sus públicos, asunto que por otra parte va "ha sido de sobra debatido infructuosamente hasta hoy" (Jarvis. Sociología del

x DEL MITO HIPODÉRMICO A LA JERINGA INOCUA.

La preocupación sobre la influencia del cine o la televisión sobre sus públicos tiene antigua data y en todo caso, como preocupación les precede: al menos desde los tiempos en que muchos se preguntaban sobre la influencia de la literatura romántica sobre los suicidios.

En los años 50, cuando la tesis reinante era la del poder casi ilimitado de los medios sobre su público, se produjo el mayor desarrollo de los estudios sobre los efectos. Los trabajos de Lazerfeld sobre el voto y otros aspectos del comportamiento social, comprobaron que los medios eran menos poderosos que la influencia interpersonal. (Lazaerfeld, Berelson y Gaudet, *The People Choice*, New York, Columbia University Press, 1948).

*Mientras la gente creía (¿cree?) que el cine y la televisión influyen sobre sus hijos y "que si la programación es "mala", también lo serán sus hijos. Estudios como los de Himmelwit (TV and the child, Londres 1958) y Schramm (TV in the lives of our children, Stanford, 1961) revelan que eso es un disparate. Podemos resultar influidos por el cine para bien o para mal, pero si lo somos, el cómo lo somos, es mucho más complicado de lo que a primera vista parece y posiblemente es hasta contraintuitivo."*¹

Lo cierto es que hay detrás de quienes creen en la fuerza hipnótica de lo mediático, un fondo mitómano, una base de planteos mágicos, sin olvidar un vago paternalismo mesiánico con respecto a una ciudadanía que suponen indefensa. Todo ello les impide integrar la evidencia de que aquellos que viven la exposición a los medios desarrollan técnicas de resistencia y salvo excepciones patológicas son seres socializados.

En efecto, lo que la investigación ha puesto en evidencia es que las comunicaciones de masas no alcanzan a individuos aislados, sino a personas integradas en grupos y que su acción ejerce a través de una cadena en la cual los hábitos, tradiciones, intereses y relaciones personales, interfieren en una trama compleja. Las sociedades más agresivas, aquellas donde la violencia cotidiana es más lacerante no necesariamente ven o consumen más relatos de cine y televisión y, más violentos. "Con frecuencia se olvida que la eficacia de la propaganda nazi le debe menos a la ideología nacional-socialista que a la organización piramidal de la Wehrmacht y de la sociedad en su conjunto."²

No es muy útil, entonces, hacer una vez más la demostración de que esta creencia en la omnipotencia mediática es falsa y más bien irracional. Vale más preguntarse, por qué y cómo esta creencia resiste a la demostración de su irracionalidad.

Quizás una posible respuesta a tal perplejidad radique en el hecho de que, por un lado, lo que la investigación realmente prueba es que las influencias, de existir, no pueden ser fácilmente desagregadas del conjunto de hechos sociales, mientras que al mismo tiempo parecen visibles y hasta falsamente evidentes. En efecto, los medios y sus productos tienen solamente efectos marginales sobre la proporción de lo bueno y lo malo en una sociedad, pero resulta difícil negar que contribuyen a tejer los imaginarios sociales, ejerciendo cierta "educación sentimental", o postulando modas o reafirmando estilos, posturas y conceptos.

En consecuencia es posible sostener una hipótesis que afirme que los relatos audiovisuales, especialmente la ficción, forman

¹ Jarvis, Sociología del cine, p. 34

² Francis Balle - citado por Durand, Jacques. Les formes de la communication. Dunod, Paris, 1981 Durand XII

parte del espíritu de los tiempos, lo expresan y refuerzan, contribuyendo de diversos modos a construir la noción de realidad.

*la comunicación se establece por la mediación de una obra que circula, durante lapsos más o menos largos, en un público más o menos vasto. Pero la obra se mantiene fuertemente marcada por las intenciones, los proyectos, los sentimientos de su autor: queda como el testimonio de una persona, dirigido a un interlocutor virtual.*³

Con esa fuerza pasan a ser, al menos como insumos, parte de la realidad y en ese sentido son capaces de favorecer actitudes y contribuir a la legitimación simbólica de valores sociales.

Dos ejemplos propuestos por Jacques Durand, pueden ilustrar esta idea:

*La realidad de la batalla de Waterloo, no son solamente las diez horas que duró, sino también el tiempo ocupado por los historiadores o los cineastas en describirla, por los lectores y espectadores a imaginarla, etc. De la misma manera la representación más exacta de los años 20 no consiste, como suele verse en el cine, en sumar Cocteau, Paul Poiret, el jazz, el estilo "Arts décoratifs", los cabellos cortos, etc. En los hechos quienes vivieron en esos años pensaban más bien la guerra de 1914-18 que a las modas del momento, vivían en muebles Luis XV y leían a Alejandro Dumas.*⁴

Pero para hoy, la realidad narrativa de los años 20 es la que muestran las películas y no sólo la realidad "real", puesto que, como dice Watzlawick: "De todas las ilusiones, la más peligrosa consiste en pensar que no existe más que una sola realidad."⁵

En todo caso lo imaginario contribuye a crear lo real. "Lo real emerge a la realidad cuando ha sido tejido por lo imaginario, que lo solidifica, le da consistencia y espesor".⁶

Un lugar donde la sociedad se piensa a sí misma.

De lo antedicho puede inferirse, también, que los medios y sus relatos, "constituyen uno de los lugares privilegiados donde la sociedad se interroga a sí misma, sobre su presente y sobre

su futuro"⁷ e Incluso la peor película puede ser capaz de plantear o explorar un interesante problema social, moral o personal

Pero esa contribución a la realidad, hecha por los relatos, se produce mediante reglas que les son propias, reglas narrativas, reglas del género, es decir, tramas organizadas de comportamientos, personajes, fórmulas retóricas, modos de bucear en lo real y allí clasificar, discriminar, organizar, racionalizar, excluir... en función de normas públicamente impuestas.

*Es más, esas normas, esas regularidades conforman "el esqueleto de lo real".⁸ Mediante ellas, la realidad es objeto de "una suerte de formalización que no es fundamentalmente diferente de la formalización lúdica; Lo que vemos se transforma siempre en una suerte de juego, hecho para nuestro placer, así sea una espantosa tragedia"*⁹

Primera síntesis: Postulada la baja influencia de los medios sobre la gente, es posible aceptar sin embargo, que contribuyen a construir la realidad, apelando a su integración en el mundo real y siguiendo reglas que les son propias.

Procuraré ahora, explorar un poco este punto.

El relato como construcción social.

De lo que acabo de exponer es posible deducir también que los relatos, y particularmente los audiovisuales son el resultado de una densa trama de conocimientos previos y códigos comunes a los autores y sus consumidores. Pueden citarse al menos esto cuatro grupos de saberes :

1. *Los códigos (vocabulario, sintaxis, encuadres, etc.);*
2. *El universo semántico general (historia, cultura, política, ciencia...);*
3. *El universo semántico particular (estilo y orientación propias del relato en cuestión).*
4. *Información sobre el pasado inmediato del mensaje particular.*

³ Durand, 9

⁴ Durand- 64

⁵ WATZLAWICK, Paul. How real is real. communication, desinformation, confusion. Ed. Random House, New York, Toronto, 1976. trad. francesa. Seuil, Paris, 1978.

⁶ Morin Le cinéma et l'homme imaginaire, XIII

Pero al mismo tiempo, esos códigos son puestos en acción, en texto, por un conjunto de especialistas. Roland Barthes les denomina, logotécnicos, expresión que resulta particularmente feliz porque carece de connotaciones calificativas y al mismo tiempo permite englobar un gran número de profesiones que van desde los artistas propiamente dichos a los empresarios: todos ellos participantes en la fabricación de los objetos narrativos.

De la articulación de estos actores --los logotécnicos-- con las expresiones, demandas y aun presiones políticas y sociales, surgen los relatos como el resultado de este proceso.

De la articulación de estos actores --los logotécnicos-- con las expresiones, demandas y aun presiones políticas y sociales, surgen los relatos como el resultado de este proceso.

Dicho de otro modo, un relato es el resultado de un conjunto de libertades y coerciones que pueden ordenarse en tres grandes grupos:

1. Las coerciones institucionales. (políticas, económicas y sociales)
2. Las coerciones ideológicas o morales, resultado de la interiorización de las instituciones sociales.
3. Las coerciones propias del género y el lenguaje del relato, especialmente la coerción de lo verosímil.

Trataré de explicar estos puntos apoyándome en un modelo claramente ilustrativo: el cine de Hollywood en su período clásico (desde el comienzo del sonoro hasta mediados de los 50).

Es claro que cuando hablamos de coerción estamos expresando un sinónimo de censura ¿Cómo se construían esas formas de censura en la época clásica de Hollywood?: Los dos primeros tipos eran el producto de un complejo sistema que incluía a los productores, los grupos de presión, las respuestas del público masivo y el pensamiento mayoritario de los propios logotécnicos.

Los sistemas de premiación y legitimación como el Oscar o la censura expresada en el código Hays eran sus expresiones más fuertes.

La oficina dirigida por el presbiteriano Will Hays, fue creada en 1922, por los propios productores de cine, en respuesta a la creciente preocupación entre el público sobre los contenidos de las películas y los escándalos que habían aparecido en Hollywood. En 1927 surgía el primer código, titulado *Dont's and be careful* (no lo haga y sea cuidadoso), compuesto sólo por recomendaciones:¹⁰

En la sección *Be careful* (tenga cuidado), se recomendaba mesura para el tratamiento de la bandera nacional, los delitos de cualquier clase, la crueldad con niños y animales, el matrimonio, operaciones quirúrgicas y "besos excesivos y lujuriosos".

Estos preceptos, simples recomendaciones en un principio, se transformaron en un código de la producción en 1934, aceptado a texto expreso por la industria. El código pasó a ser administrado por una oficina competente que supervisaba los libretos antes del rodaje y examinaba los filmes apenas terminados.

Si el productor lanzaba un film que no tuviera el sello de la oficina corría el riesgo de no poder exhibirlo en muchas salas de todo el país, ya que la propia industria dominaba la distribución. Corría el riesgo, además de ser excluido de toda relación con los otros productores, para el intercambio de materiales o personal. En los preámbulos del código se resumía su posición:

1. No podrá producirse ningún film que disminuya la moral de quienes lo vean, Nunca deberá despertarse la simpatía del público por el delito, la mala acción, el mal o el pecado.
2. Sólo deberá presentarse la vida normal y corriente, sujeta a sólo a los requerimientos del drama o del entretenimiento.
3. La ley natural o humana no deberá ser nunca ridiculizada ni se deberá despertar simpatía por su violación, entendiéndose por ley humana aquella que está escrita en los corazones de toda la humanidad, los grandes principios básicos de rectitud y justicia dictados por la conciencia.

Luego de esta declaración de principios el código especificaba las prohibiciones que contienen una lista de todos los temas que habían causado problemas a la industria desde el pasado hasta la propia lista de 1927.¹¹

⁷ Durand p. XI

⁸ MORIN,[1969] p.36

⁹ BURGUELIN, O. La communication de masse. S.G.P.P., Bruselas, 1970. p.97-98

Los censores profesionales que integraban la oficina, en realidad eran los custodios de los valores defendidos por un conjunto de ligas y asociaciones características de los EEUU: La legión de la Decencia, la Asociación Nacional para el Progreso de la Gente de Color o aun las organizaciones profesionales que no podían admitir que un abogado fuera presentado como un villano, por ejemplo.

Todos ellos pagaban sus impuestos, tenían capacidad de movilización y eran clientes de las películas que Hollywood producía. Era importante tenerlos tranquilos.

¿Cómo solucionaban los realizadores estos los problemas surgidos del Código y los grupos de presión, puesto que los villanos con frecuencia tenían profesiones, y por sobre todo la violencia y la fascinación por el mal constituyen apetecibles productos para el mercado, ayer como hoy? La solución se logró con la introducción de los llamados “valores morales compensatorios”, que obligaban a introducir personajes y dialogados al servicio de la explicación de los valores en juego y se ajustaban los finales, para que el sistema cerrara adecuadamente.

El resultado de esta compleja trama de construcción narrativa fue un cine marcado particularmente con una lógica puritana, netamente inspirada en los modelos narrativos bíblicos. No había crimen sin castigo ni error que no se pagase.

El tratamiento de la violencia en el cine clásico de Hollywood

Para ejemplificar lo dicho tomaré algunos géneros (y subgéneros y conjuntos de géneros, también) característicos del cine de Hollywood y emblemáticamente violentos: el cine policial, en especial el llamado cine negro; los diversos géneros de guerra y el cine de violencia y agresividad involucrando jóvenes. Todos modelos narrativos, de lejanos orígenes pero con una continuidad y desarrollo y significativos.

En ese sentido el cine clásico de Hollywood trató la violencia de dos maneras características: una expresado en lo que podríamos llamar el cine de enemigos sin rostro. Este modelo incluía los grandes géneros acción, como el Western, o las películas históricas o de guerra, donde la violencia aparece como pública, anónima, y con frecuencia lúdica. Los “malos”, ya sean indios, japoneses, vietnamitas, terroristas árabes, o narcos colombianos, no tienen identidad, salvo “el jefe de los malos”. Su gran modelo narrativo puede rastrearse en David, Goliat y los filisteos.

El revisionismo histórico o los avatares de la política exterior norteamericana, han hecho cambiar la identidad del enemigo anónimo, pero no los modelos narrativos.

El otro gran género de violencia cinematográfica es el policial, que va desde el modelo inglés de la intriga, donde como escribió Raymond Chandler¹², los crímenes se cometen “para proveer de un cadáver al autor” y mediante “pistolas de duelo cinceladas a mano, con venenos tropicales o curare”.

Los sucesivos cambios del género, el cine de gangsters o el film “negro” no cambian demasiado las reglas. Ni siquiera el cine negro, cuyos mayores ejemplos son *El Halcón Maltés*¹³ y *Al Borde del Abismo*.¹⁴ Este género clásico y sólido sacó “el crimen de su vaso veneciano y lo hecha en el callejón (...) devolviéndolo a la gente que lo comete por razones sólidas”¹⁵ y suprime la oposición del ex *gangster* odioso y del buen policía justiciero en beneficio de un nuevo tipo confuso: el detective privado, a medias bueno, a medias perverso, cuya máxima encarnación ha sido Humphrey Bogard.

Pero en todos los casos, los principios fundamentales se mantuvieron. La secuencia final de *Angeles de caras sucias*¹⁶ propone el ejemplo paradigmático de los “valores morales compensatorios”, explicitación de la ruptura ensoñadora de la fascinación del mal, cuando el

10: No lo haga

1. Mostrar escritas con sentido profano, las palabras Dios, Señor, Jesús, Cristo y expresiones vulgares como Hell (Infierno) y damn (maldito), utilizadas preferentemente como insulto
2. Mostrar toda desnudez sugestiva y licenciosa (incluso silueta o simple referencia hablada o escrita).
3. Mostrar tráfico ilegal de drogas.
4. Toda inferencia de perversiones sexuales.
5. Mostrar trata de Blancas
6. Relaciones sexuales entre blancos y negros
7. Higiene sexual y enfermedades venéreas.
8. Mostrar escenas que presenten nacimientos (incluso silueta)
9. Órganos sexuales infantiles.
10. Mostrar cualquier ridiculización del clero.
11. Mostrar toda ofensa a cualquier nación raza o credo.

gangster juvenil irredento interpretado por James Cagney acepta, camino a su ejecución, fingir un ataque de histérica cobardía para que sus viejos compinches sufran el desencanto de su fracaso.

Pero aquellos modelos narrativos clásicos no eran producto solamente de un sistema de censura impuesto a Hollywood, sino que expresaba una cierta doxa, la primera fuente de normas de verosimilitud. La Doxa corresponde - como ya lo señalaban Aristóteles y Platón- a las relaciones de dependencia del discurso con un cierto cuerpo de ideas, aceptadas por el grupo social donde ese discurso se inscribe. Lo verosímil no establece, entonces, una relación necesaria con lo real sino con lo que la mayoría de la gente cree: "*La relación entre un texto particular con otro texto general y difuso: La opinión pública.*"¹⁷

A este sistema se agregan las leyes propias de cada género. sumamente estructuradas en el cine industrial. La disciplina -o el género- constituyen formas sociales de control del discurso; le fijan "límites, mediante el juego de una identidad que toma la forma de una reactualización permanente de las reglas"¹⁸ Así, por ejemplo:

"El western, es sabido, esperó cincuenta años antes de decir cosas tan poco subversivas como la fatiga, el desaliento o el envejecimiento: durante medio siglo, el héroe joven, invencible y dispuesto fue el único tipo de hombre verosímil en un western (...); también era el único admitido por la leyenda del Oeste, que desempeñaba aquí el papel de discurso anterior. ¿En la primera secuencia de El hombre que mato a Liberty Valence de John Ford, el periodista, al romper las hojas en las que su ayudante había consignado el relato verídico del senador envejecido, acaso no le dice: "En el Oeste cuando la leyenda es más hermosa que la verdad, nosotros imprimimos la leyenda."?"¹⁹

Las censuras institucionales jamás han prohibido sobre la pantalla un personaje determinado de héroe cansado o adolescente.

Desde el fin del código Hays a nuestros días.

El código Hays y su consecuencia --el cine industrial clásico de Hollywood-- sobrevivieron hasta que la televisión comenzó a llevarse buena parte del público infantil y adulto mayor. Al mismo tiempo, en 1949, el gobierno norteamericano obligó a las empresas productoras a vender las salas cinematográficas, rompiendo el monopolio producción-exhibición.

La competencia del renovado cine europeo de la posguerra también contribuyó a la crisis del sistema.

En 1953 Otto Preminger cruzó el Rubicón al producir y dirigir *La luna es azul*, una comedia donde se hacían algunas bromas sobre la virginidad y el sexo extramatrimonial. No obtuvo el sello de la Oficina Hays, sin embargo fue exhibida con enorme éxito. Preminger fue más lejos cuando en 1955 realizó *El hombre del brazo de oro*, cuyo personaje central era drogadicto.

Artistas Unidos se separó entonces de la MPAA y se comenzó un proceso de renovación del código Hays. En 1956 se aprobó uno nuevo que duró hasta 1968 se aprobó un código que "exaltaba la libertad creadora del artista y declara odiosa toda censura".

A partir de ese momento, con el vertiginoso cambio de las costumbres, las leyes del mercado han roto barreras e inhibiciones. Pero también ha cambiado el control de lo "decible y lo dicho". Hoy, merced al nuevo espíritu de los tiempos y la segmentación de los mercados, los logotécnicos gozan de una autonomía y libertad nunca antes vista. Hoy, la transgresión pasó a ser considerada "políticamente correcta". En su momento pareció una gran idea, o al menos

-
11. El articulado se refería a: Crímenes contra las leyes, Sexo, Vulgaridad, Obscenidad, Profanación, Vestimenta, Bailes, Religión, Ambientes, Sentimientos nacionales, títulos, temas desagradables. Las secciones contenían desde las prohibiciones establecidas en el anterior, hasta recomendaciones como ésta: "el tratamiento de los dormitorios debe estar gobernado por el buen gusto y la delicadeza".
 12. Raymond Chandler, *The simple art of murder*
 13. John. Huston, 1942
 14. Haward Hawks, 1946
 15. Raymond Chandler, ob. cit.
 16. Michel Curtiz, 1938
 17. Todorov, ob. cit. p.13
 18. Michel Foucault, *El orden del discurso*, Gallimard, Paris, 1970
 19. *Christian Metz, El decir y lo dicho en el cine: ¿Hacia una decadencia de lo verosímil? Communication 11, p.20*

necesaria. Quizás ahora sea tiempo de ver si el fiel de la balanza está ubicado correctamente.

¿Qué actores sociales tienen legitimidad para incidir sobre las orientaciones de las formas expresivas y los contenidos de los relatos audiovisuales?

Hoy puede parecer ocioso formularse esta pregunta: ¿Qué otros actores sociales, salvo los propios logotécnicos tienen legitimidad para incidir sobre las orientaciones de las formas expresivas y los contenidos de los relatos audiovisuales?

Por lo antedicho, la respuesta “políticamente correcta” es: ninguno. Sin embargo, esta respuesta “políticamente correcta” está basada en algunos supuestos que merecen ser discutidos:

1. La aceptación vaga o explícita según la cual el artista —el logotécnico— es una suerte de interlocutor de la Providencia que debiera estar exento de las vicisitudes convencionales del resto de los mortales y
2. que toda intervención externa al propio proceso creativo es espuria y susceptible de corromper o en todo caso obstaculizar el hecho artístico.

Para reflexionar sobre estos puntos permítaseme remontarme en el tiempo y situarme trabajar sobre el ejemplo de las artes plásticas.

El primer postulado tiene su origen en el Renacimiento, inventor del concepto de genio. Mientras que para la Edad Media “la obra de arte sólo tenía valor de objeto; el Renacimiento le añadió también el valor de la personalidad.”²⁰ Esta noción, cuyo primer exponente cabal es Miguel Ángel, abrió el camino a la idea del genio desconocido y a la “apelación a la posteridad contra la sentencia de los contemporáneos.”²¹ El Renacimiento no dio ese paso; fueron los románticos los que exasperaron el concepto agregando un nuevo personaje: el artista maldito. La obra culmina en el siglo XX, siglo del arte para la hermenéutica, donde el artista no tendría cuentas que rendir ni siquiera al público, sino a través de los decodificadores profesionales o aficionados, destinados a llenar de significación las obras abiertas, a veces hacia la nada, por los artistas.²²

Sin embargo parece difícil sostener sólidamente la idea según la cual la sociedad debiera pagar una suerte de diezmo para financiar el trabajo de los operadores culturales, suerte de clérigos modernos, sin obtener otras contraprestaciones que aquellas que los propios operadores culturales consideren adecuadas.

Esto implicaría, entre otros equívocos, suponer que la obra de arte tiene sólo una “significación estética”. Por el contrario, como lo dice Panofsky, “la mayoría de los objetos que solicitan una percepción de orden estética, es decir las obras de arte” (...) son también “vehículos de información e instrumentos o aparatos.”²³

Es claro que lo que ha sido adquirido por los practicantes de las artes llamadas mayores, o de más alta legitimación, también se ha trasvasado a las más recientes y por extensión a todos los logotécnicos.

El segundo postulado es una consecuencia del primero. De la entronización del artista como genio se infiere la incidencia negativa de toda intervención externa: económica, política y social.

Sin embargo existen abundantes pruebas de lo contrario. Por ejemplo, la evolución de la pintura en los países bajos mucho le debe a la aparición de una clientela burguesa que sustituye paulatinamente a la Iglesia como principal mercado de la pintura. Estos nuevos clientes orientan a los pintores en una nueva dirección, el realismo laico. Aquellos donatarios, discretas comparsas de cuadros religiosos, poco a poco fueron tomando mayor significación hasta alcanzar el exclusivo protagonismo en los retratos flamencos del siglo XVII. Es razonable pensar que este nuevo mercado orientó con sus pedidos y gustos la evolución de la pintura, y no parece razonable quejarse, a la luz de sus resultados de su influencia sobre los pintores.

Lo cierto es que los creadores tuvieron siempre condiciones, marcos de referencia sistémicos para producir: ya fueran gremios medievales o las posibilidades provocadas por el desarrollo del comercio (las tinturas de Oriente, el progreso de la técnica del vidrio para el desarrollo del vitral, la clientela burguesa en la Holanda del siglo XVII, o la de las ciudades y el

20. Hauser, Arnold. *Historia Social de la Literatura y del Arte*. versión española, Guadarrama, 1979, tomo 1, pag.

411

21. *ibidem* pag. 412

Papado en la Italia renacentista). Y si bien en ocasiones la incidencia del mercado pudo ser negativa, no es menos cierto que esta relación arte/mercado —siempre presente— no impidió las mejores explosiones creativas; hasta sería posible afirmar lo contrario.

Los artistas siempre se adaptaron a las circunstancias sociales, sin por ello renunciar a dejar una huella profunda en el espíritu humano.

Lo dicho no contradice la existencia y hasta la necesidad social de los rebeldes, los insatisfechos, los transgresores.

Toda cultura, parafraseando a Edgar Morin,²⁴, es al mismo tiempo amamantadora, castradora, destructora. Impone obediencia a sus leyes, adhesión a sus valores y a sus normas y, sin embargo, cesaría de vivir y desarrollarse si no hubiese creadores, públicos, críticos insatisfechos que nutriesen la oposición, capaz de permitir su renovación.

Pero esto ha implicado también que aquellos que renuncian a la adaptación social deben estar dispuestos a correr los riesgos de la marginación o la incompreensión. Más aun, el siglo XX ha aceptado que hasta las obras malditas pueden ser objeto de protección o subvención. Pero lo que no es aceptable es que toda obra “transgresora o vanguardista” merezca plácemes y subvenciones o que el arte se abrace a las banderas de la maldición, porque, por un lado, a partir del momento en que es institucional deja de ser maldito y por otro, a lo largo de este siglo lo que en buena medida se ha hecho trivial es precisamente “la vanguardia”.

En síntesis, aceptar que todos los actores sociales implicados en un proceso cultural tiene algo que decir, que lo harán por la vía directa o “opinarán con los pies”, saliéndose del asunto, es aceptar la condición sistémica de todo proceso cultural. -

Es un dato que todo sistema enriquece y empobrece, a la vez, a los elementos que lo componen. Según las características del sistema serán las emergencias enriquecedoras las que dominarán o, por el contrario, lo harán las coerciones empobrecedoras. De esto se sigue que nunca podrá satisfacer plenamente a todos aquellos que sufren sus coerciones, al mismo tiempo que usufructúan sus beneficios. Pero todo eso forma parte indisoluble de un mismo fenómeno.

¿Qué hacer frente al espíritu de los tiempos?

De lo dicho se infiere que es poco lo que se puede hacer para intervenir sobre la acción del sistema logotécnico en los relatos, en tiempos de posmodernidad. El control institucional ya no sólo no resulta de buen recibo sino que es impracticable, vista la variedad y disponibilidad de medios que llegan directamente al espectador (cable, Internet, etc.)

Sin embargo creo que resulta lícito no renunciar a la interacción entre actores sociales con legitimidad institucional: ¿No será hora de volver al péndulo oscilando fina y rítmicamente procurando orientar a los logotécnicos, incidir en el diálogo creador, bajo los supuestos contemporáneos?

Afirmo que sí, pero sencillamente no parece fácil lograrlo. Creo, que lo posible para aquellas organizaciones públicas o privadas preocupadas por promover conductas morales y el bien común, supone dos principios de acción:

1. Procurar la mayor cantidad, calidad y variedad de conocimientos en torno a los temas que aquí apenas han sido esbozados.

22. En efecto, el progresivo culto a la expresión ideológica ha culminado en alguna de las caricaturas que constituyen el “arte de la nada”, como las llama Homero Alsina Thevenet, donde el solo nombre del artista y su firma bastan para dar credencial de arte a expresiones tan literalmente inexistentes como ciertos lienzos completamente blancos creados por Robert Rauschenberg, o la pieza 4'33 de John Cage (“pieza muda para cualquier instrumento o combinación de instrumentos”, según la Enciclopedia Británica) Cfr. Homero Alsina Thevenet: “El arte de la nada”, en Una enciclopedia de datos inútiles, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1986, pp. 217 y ss.

23. Panofsky, Erwin. Meaning in the visual arts. The Renaissance: Artist, Scientist, Genius. 1955. Paris, Gallimard, 1969, p.39

24. Cfr. Edgar Morin, La Méthode, París, Seuil, 1977

2. Operar sobre la base que la posibilidad de incidir contra lo negativo es limitadísima por no decir nula. Opuestamente sí es posible promover lo positivo mediante información, políticas de estímulo, Premios, etc.

Estas pautas están íntimamente relacionadas con la creación y densificación de la trama de actores para un diálogo creador. Actores cuya fuerza no resida, como en el pasado en su poder sancionatorio sino en su sabiduría y legitimación pública.

E Comentario:

As. Soc. Cecilia Zaffaroni.

El planteo de Luciano me parece sumamente claro y marca los puntos centrales de la cuestión que en esta primera parte del Seminario se nos propone analizar.

En primer lugar, nos recuerda que no se trata de un tema nuevo, la sociedad lo ha debido enfrentar desde el surgimiento de los medios masivos de comunicación. Lo que ha variado históricamente es el tipo de medio predominante, la forma como se ha encarado su posible incidencia en la formación de actitudes y comportamientos y las respuestas que socialmente se fueron adoptando.

En segundo lugar nos llama la atención sobre la importancia del estudio científico y sistemático de esta cuestión. SE suele atribuir en forma espontánea o intuitiva a los medios una incidencia mucho mayor sobre el comportamiento que la que los estudios realizados, de los cuales se mencionan varios ejemplos, permiten constatar.

Sin embargo, su planteo no ignora ni subestima la interrelación entre lo real y lo imaginario y la importancia de los relatos que la sociedad elabora sobre sí misma en la legitimación de códigos y sensibilidades.

Su apelación a la época clásica de Hollywood para mostrar diversas formas de coerción social y la forma en que en ese momento incidieron en el tratamiento de la violencia, no sólo resulta sumamente ilustrativa sino también divertida y nostálgica. Al menos para aquellos de nosotros a los que nos recuerda las tardes de *matiné* de nuestra infancia y adolescencia, alentando desde la platea al "muchachito" que siempre lograba triunfar sobre los villanos.

En aquel momento los valores predominantes y la articulación de intereses entre los productores, los grupos de presión, la opinión pública y los "logotécnicos" para usar el término empleado por Luciano, llevaron al respeto de determinados principios o a utilizar en caso necesario los "valores morales compensatorios".

Hoy día son otros los valores que han adquirido legitimación social, el respeto por la libertad individual, el rechazo de las actitudes paternalistas que apuntan a "proteger" al consumidor adulto, la pluralidad, la tolerancia, todos ellos difícilmente compatibles con mecanismos de censura institucional.

Sin embargo, el respeto por la libertad individual no debería oscurecer la responsabilidad social y eximir a los ciudadanos de asumirla. No hay derecho sin la contracara de la responsabilidad. Esta no es atribuible solamente al Estado en su carácter de regulador de la convivencia sino al conjunto de los ciudadanos que forman parte del cuerpo social.

Los diversos actores involucrados en la producción y el consumo de los medios audiovisuales, representan distintos intereses, expectativas, aspiraciones respecto al ejercicio de lo que consideran sus derechos y comprensión de sus responsabilidades. La articulación y negociación entre ellos, su poder relativo terminará determinando su grado de influencia.

Albert Hirschman en "Salida, Voz y Lealtad" analiza los distintos mecanismos que los ciudadanos pueden utilizar cuando se sienten descontentos con los productos que les ofrece una empresa, o frente a las fallas de una organización a la que pertenecen.

La primera respuesta analizada por Hirschman es la "salida"; el consumidor deja de comprar el producto que no lo satisface, o se retira de la organización que lo ha defraudado. La segunda es hacer uso de su "voz", plantear el reclamo, su protesta, intentar modificar la situación. El primer mecanismo se relaciona con las leyes del mercado, el segundo se inscribe en el ámbito de la política. La opción por uno u otro de estos mecanismos depende -, en el análisis de este autor -, de los costos que una u otra generen para el ciudadano descontento, de su percepción respecto a la posibilidad de modificar la situación sin recurrir a la "salida" y

del grado de lealtad que sienta hacia el producto u organización que debería abandonar.

Esta diversidad de opciones in embargo o es tal -, señala Hirschman, cuando estamos hablando de “bienes públicos” o podríamos decir también “males públicos”. Entendiendo por tales aquellos que son consumidos por todos los miembros de una comunidad o país, y que tienen tales características que, no sólo pueden ser consumidos por todos, sino que “no se puede evitar consumirlos al menos que uno abandone la comunidad que los provee”. En estos casos la “salida” no es posible y sólo cabe la “voz”.

Como sostiene Luciano, hoy parece “políticamente correcto” respetar la autonomía y la libertad de los “logotécnicos”, no poner cortapisas a la expresión artística. Pero ¿cómo se respetan simultáneamente los derechos de los menores de edad que no están preparados aún para consumir ciertos productos que requieren madurez y criterio?; ¿cómo se respetan los derechos de los padres de esos niños que desean irlos preparando para manejar el bombardeo de imágenes y representaciones que llegan a través de los medios a medida que sean capaces de hacerlo?

No recurriendo a mecanismos de censura como en el pasado, pero tampoco confiando meramente en las leyes del mercado apostando a que el que no quiera esos productos, que no los consuma, porque como vimos, la “salida” no es posible en este caso.

Entonces los únicos caminos viables y socialmente legítimos para los valores hoy predominantes parecen ser los de la “voz”, facilitar la expresión de los diversos actores involucrados para que puedan articular y negociar el ejercicio de sus derechos y el respeto por sus responsabilidades. Este no es un camino fácil en Uruguay, con una ciudadanía acostumbrada a esperar todo o casi todo del Estado, y una sociedad civil poco articulada.

¿Qué propuestas o líneas de acción pueden encararse desde esta perspectiva tanto desde el sector público como del privado?

En primer lugar, facilitar la expresión de los intereses y expectativas de los sectores involucrados y promover ámbitos de negociación y articulación.

Estimular la responsabilidad social de los “logotécnicos” y de los consumidores en la producción y uso de estos medios y sensibilizar a la opinión pública en relación al tema.

Realizar campañas educativas que ayuden a los padres a orientar a sus hijos en la forma de consumir buscando aprovechar todo el potencial educativo de los medios y atenuar sus posibles efectos negativos. Esto no pasa necesariamente por no ver, sino por cómo ver.

Promover que las instituciones educativas contribuyan en esta tarea. Apoyar programas orientados a estos objetivos con recursos o asistencia técnica.

Tender a frenar el deterioro del capital social y fomentar su enriquecimiento, a través de medios que ayuden a fortalecer normas de convivencia aceptadas por todos. Generar estímulos a la generación de productos audiovisuales que muestren modelos positivos de construcción de pautas de convivencia social y otras formas de canalizar la agresividad de manera constructiva. Realizar concursos, establecer premios, financiar su producción y distribución, por ejemplo.

