

El secuestro de la experiencia - Andén 87

por Manuel Fontenla - Viernes, Marzo 31, 2017

<http://andendigital.com.ar/2017/03/el-secuestro-de-la-experiencia-anden-87/>

Pocos inventos han definido tanto nuestra época cultural como la aparición de los **televisores**. Su avance implacable, desde ocupar el lugar central de nuestros hogares (un living, un comedor) a ocupar un espacio en todos los lugares de nuestros hogares y vidas (habitaciones, patios, baños, y una lista interminable de etc.), ha sido vertiginoso e incuestionable y no hay hoy prácticamente un espacio, un momento o una situación que no puedan ser imaginados con la presencia permanente e imparable de un televisor encendido.

Y a pesar de que abundan millones de estudios, textos y reflexiones, entre soportes materiales y digitales, para analizar este fenómeno universal, poco saben las mayorías ciudadanas de los efectos reales de esa brillante y atrapante pantalla y de sus formas de construir cultura, de definir sus subjetividades, de modelar sus conductas de consumo o de influenciar en sus opiniones político-sociales.

Para analizar y dilucidar esos efectos, también habrá otros miles de recursos a los cuales recurrir. Sin desconocer todos ellos ni la complejidad del asunto, esta página (también otro televisor/monitor) intentará replicar algunas ideas sobre las **telenovelas** para pensar las formas en que el mercado neoliberal construye imaginarios, subjetividades, deseos, formas de vida y valores morales.

Tomo como base el trabajo realizado por el gran intelectual peruano Víctor Vich, titulado **Dina y Chacalón: el secuestro de la experiencia**. El caso analizado por Vich es una telenovela biográfica sobre el ascenso de una cantante popular de cumbia Dina Páucar. Producida por el canal privado "Frecuencia Latina", que decidió producir un par de series televisivas que representaran este nuevo fenómeno y construyeran, al mismo tiempo, una narrativa capaz de movilizar sentimientos y deseos latentes del mundo popular.

Resumo, en las palabras del autor, el contenido de la telenovela. El origen de la trama tiene como personaje principal a Gerardo, joven periodista que luego de realizar estudios de posgrado en el exterior está nuevamente en Perú y consigue trabajo en el diario más importante del país. Sin embargo, este personaje entra en una crisis existencial (y familiar) puesto que lo destinan a la sección de "espectáculos", para la cual le encargan realizar un reportaje sobre la vida de Dina Páucar. Él desprecia dicha sección pues piensa que la política es el lugar donde se define la identidad del país y donde puede entrar en contacto con los "verdaderos" problemas sociales que, por supuesto, él aspira solucionar.

Contra la propia convicción del personaje, la serie —señala Vich— adopta un punto de vista "culturalista" que asume la vida cotidiana como el espacio donde "realmente" se construye la experiencia social y donde se van generando los cambios y las nuevas prácticas sociales. y agrega:

"SI PARTIMOS DE LA BASE DE QUE LA TELEVISIÓN CONSTRUYE UNA PARTE FUNDAMENTAL DE LA SUBJETIVIDAD COLECTIVA A TRAVÉS DE REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS, EL OBJETIVO SERÍA "INVESTIGAR LAS NUEVAS FANTASÍAS —LOS NUEVOS DESEOS, LAS INÉDITAS FORMAS DE GOCE— QUE SE ESTÁN INTRODUCIENDO EN LA CULTURA A PARTIR DE COMPLEJOS CIRCUITOS COMUNICACIONALES EN LAS QUE ELAS SE LEGITIMAN."

Es a razón de dicho afán que toda la serie está interferida por una cámara que quiere ser etnográfica y que, a través de un aire siempre documental, registra los contextos que rodean a los conciertos de Dina Páucar: rostros de migrantes, comida típica, vendedores de cerveza, discos piratas, culturas juveniles, son captados con detenimiento (muchas veces en primeros planos) dentro de un "realismo etnográfico" que aspira dar acceso mediático a un tipo de realidad generalmente excluida de las telenovelas estándares y de los comerciales nacionales.

A través de esta novela, el intelectual peruano se propone estudiar las relaciones entre cultura y mercado para entender, por un lado, "las maneras en que el actual modelo económico afecta al capital simbólico generando una instancia de poder que propone nuevos cánones culturales y, por otro, la función que cumplen algunas narrativas simbólicas para legitimar dicho modelo y reforzar la ideología subyacente en él". Si partimos de la base de que la televisión construye una parte fundamental de la subjetividad colectiva a través de representaciones simbólicas, el objetivo sería "Investigar las nuevas fantasías —los nuevos deseos, las inéditas formas de goce— que se están introduciendo en la cultura a partir de complejos circuitos comunicacionales en las que ellas se legitiman".

En el contexto actual, afirma Vich, lo que se observa es un acelerado proceso de mercantilización de lo simbólico y además la utilización de la cultura como "recurso", lo que implica analizar los usos específicos a la que es sometida para alcanzar diversos fines. En el caso de las series televisivas, lo que está en juego es un fin económico y también político: **canalizar una demanda y legitimar una ideología específica**. Una primera pregunta en esta

línea, es quien utiliza la cultura como recurso. Pregunta que amerita una compleja respuesta teniendo en cuenta la multiplicidad de lugares desde los cuales se puede producir hoy en día en la época de Internet y los multimedios. No obstante, a nivel macro, en la historia de los últimos 50 años, se puede evidenciar un proceso que muestra cómo, en un primer momento, el principal encargado de producir cultura, sobre toda la cultura hegemónica nacional, era el Estado, y cómo lentamente al comienzo y aceleradamente hoy, el mercado ha ido ocupando ese macro-lugar de producción, incluso de las culturas nacionales. En palabras de Vich:

Lo que el día de hoy está ocurriendo en la configuración del canon cultural constituye un giro de nuevo tipo: el mercado ha comenzado a regular la cultura y a instalar, en el centro mismo de la nación, a sujetos o a prácticas culturales que no han sido suficientemente reconocidos por otros medios.

Esto, exactamente es lo que sucede con la novela de Dina Páucar, que nos recuerda inmediatamente a la reciente película de Gilda, sujetos que no entraban al canon de la cultura "nacional", bajo producción del Estado, pero que lo hacen a través del mercado televisivo, pensado para grandes sectores populares. Esto tiene implicancias importantes, porque si bien el mercado despolitiza y excluye, también es igualmente verdadero que "descentra" y que ese descentramiento produce transformaciones que debemos evaluar con cuidado. Como explica el autor, al cancelar la centralidad del Estado, el mercado impone un nuevo poder regulador. Traducido este análisis a la cuestión televisiva, nos ayudaría a señalar que distintas telenovelas, cuyos personajes no representan a los sujetos "nacionales" clásicos o canónicos o las "mayorías culturales" tienen, no obstante, espacio, capacidad de generar ganancias y un público específico y, más importante aún, **se construyen ante demandas sociales importantes**. Releyendo al ensayista mexicano Carlos Monsiváis, quien sostiene que en América Latina el melodrama es el idioma de la política y es también el molde sentimental mediante el cual se producen los sujetos nacionales, Vich afirma que en estas representaciones que la televisión nos propone podemos observar muy bien los vínculos entre la vida cotidiana y los procesos sociales cuajados al interior de una gran tensión política, escenario en que las identidades sociales aparecen constantemente redefinidas. Entonces, ante la pérdida de espacios públicos, la televisión manipula el concepto de lo colectivo y lo redefine a su manera.

"...NOS INVITA A PENSAR
CADA UNA DE ESTAS
TELENOVELAS, COMO
NARRATIVAS SIMBÓLICAS
QUE CUMPLEN FUNCIONES
ESPECÍFICAS EN LA VIDA
SOCIAL, PERO NO
CUALQUIER FUNCIÓN, SINO
ANALIZANDO CÓMO SE
ESTÁN CONSTITUYENDO EN
FUERTES INSTANCIAS DE
INTERPELACIÓN DEL
DISCURSO NEOLIBERAL."

Podemos pensar en muchas series argentinas de los últimos 20 años cuyas tramas se construían en torno al mundo de la marginalidad, las villas, las barras bravas, los punteros de barrios pobres, etc.; y en cómo estos interactuaban con sujetos "típicos" de nuestra vida social. Ahora bien, lo que le interesa señalar a Vich además es que la existencia de estos productos no solo da cuenta de una demanda y de un mercado interesado, sino también de que "hoy en día el consumo también ?sirve para pensar?, vale decir, describe cómo ocurre la incorporación simbólica en la vida de las personas y cómo, gracias a su mediación, **se forman identidades sociales y comunidades diferenciadas**". Es decir, nos invita a pensar cada una de estas telenovelas, como narrativas simbólicas que cumplen funciones específicas en la vida social, pero no cualquier función, sino analizando cómo se están constituyendo en fuertes instancias de **interpelación del discurso neoliberal**. En el mundo contemporáneo, el discurso neoliberal está ávido de ubicar procesos individuales de éxito personal donde se resalte el esfuerzo y al trabajo como la única garantía de la felicidad. Esto es lo que inteligentemente apunta Vich en la novela sobre la vida de Dina Páucar, esta

No podía ser más explícita respecto del efecto que quiso causar al público televidente, o, mejor dicho, de la construcción misma del espectador como un sujeto constantemente invocado para seguir el ejemplo de la cantante... Dina Páucar es representada como un sujeto que "nunca se rinde" y que intenta sobrevivir en el medio de una sociedad hostil, es cierto, pero finalmente "justa" para los que se esfuerzan "de verdad". De empleada doméstica, a vendedora de puertas; de panadera ambulante a comerciante de ropa. Uno y otro empleo se van sucediendo

en una cadena solo unificada por la voluntad incansable, el trabajo permanente y la absoluta honradez: *“Uno hace plata cuando le pone ganas a las cosas”* dice en algún momento”.

En esto, precisamente consiste el **“secuestro de la experiencia”**, una narrativa que apela a una historia moral de las clases marginales para vender un discurso comercial neoliberal. Pero lejos de buscar demonizar todo producto del mercado televisivo, Vich apunta también, respecto de estas narrativas simbólicas que “si, por un lado, “inventan” subjetividades determinadas únicamente por su voluntad, por otro, nos sitúan también ante imágenes que valoran el trabajo y abren algunos espacios de utopía y protesta social”. El canon hoy hegemónico está basado en grados de mayor o menor rentabilidad económica, pero también en un tipo de “flexibilidad” que abre un espacio inédito para reconfigurar nuevos espacios simbólicos y quizá fuerzas alternativas. En este caso, romper el imaginario excluyente de los sujetos y la cultura nacional y poner en el centro de la escena las categorías de raza y género en el primer plano de la descripción cultural. Ya que, para la biografía de Dina Páucar, ser mujer y ser inmigrante son los anclajes sobre los cuales se construye su personaje. Víctima del racismo y de constantes desencuentros amorosos, la narrativa sobre la vida de Dina Páucar está básicamente enfocada en estos dos aspectos y se esfuerza por promover un nuevo clima cultural en lo que a ellos respecta. Y, desde ahí, lo más importante son las frases que movilizan la subjetividad: *“Los sueños se cumplen todas las veces que creas en ellos; sólo hasta que los desees con todas tus fuerzas y luches, y creas en ti”*. La conclusión parece no dejar dudas:

“El mensaje es entonces muy claro: la sociedad ya no existe; en realidad, ha dejado de existir hace tiempo: sólo sobrevive el individuo solitario, la fantasía —inocente y perversa— de imaginar un sujeto al que sólo le bastan sus deseos”.

"Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copia a sus amigos; nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El Terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad". (Rodolfo Walsh)