

LOS MEDIOS AUDIOVISUALES Y LA ANTROPOLOGIA

***E**l presente trabajo hará referencia al uso de los medios de comunicación masiva, específicamente los audiovisuales, para el registro de información antropológica y difusión de la misma, es decir, la llamada antropología visual. La representación audiovisual de la conciencia colectiva de un pueblo es un arma de dos filos: por un lado, puede llevar al reforzamiento de identidad, cultura, sociedad y hacia una utilización, cuidado y conservación del medio; y por otro, puede incidir en su destrucción. De ahí el delicado papel del antropólogo que registra o difunde visualmente una realidad que no es propia.*

La antropología suele acercarse a los medios audiovisuales de diferentes maneras. Puede estudiar el uso y el impacto que éstos tienen sobre la población; de igual manera, puede aproximarse a ellos cuando los considera una técnica para el registro de la información o un mecanismo para la difusión de ésta; finalmente, puede tomarlos como objeto específico de estudio y analizarlos dentro del área de la comunicación humana como un sistema ordenado más dentro de este amplio campo. En esta ocasión se hará referencia al uso de los medios de comunicación masiva, específicamente los audiovisuales, para el registro de información antropológica y para la difusión de esa información, es decir, a la llamada antropología visual.

En principio la antropología estudia la cultura humana, considerando ésta, de manera general, como todo aquello que el hombre hace o dice como parte de un grupo social, y los productos materiales y sociales de ello, a lo largo del tiempo y en cualquier espacio. Usualmente se aboca al estudio de otras culturas y pocas veces a la propia, y cuando lo hace, se centra en las subculturas que



FOTOGRAFÍAS: FOTOTECA DEL INAH

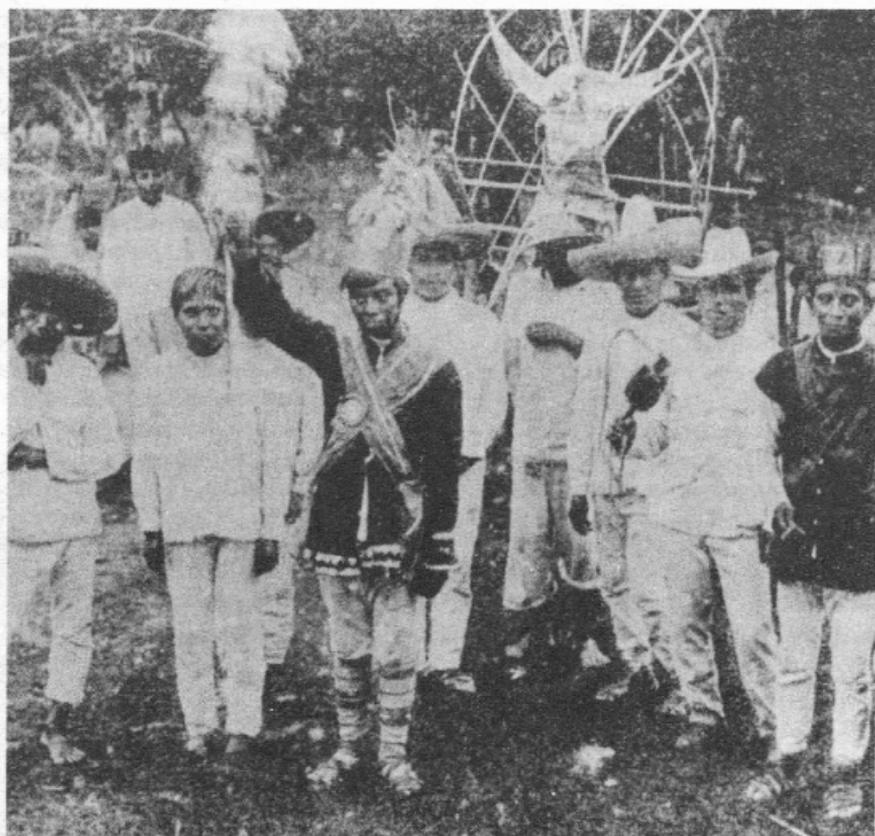


son ajenas al investigador mismo. Así pues, el trabajo cotidiano usual de la antropología se desarrolla en la "otra" cultura o subcultura, siempre subalternas. Si consideramos el uso de los medios por el antropólogo veremos que es éste el que decide qué registrar o qué difundir, cómo y cuándo hacerlo y por qué y para qué, de acuerdo con el proyecto de investigación, de registro o de difusión que previamente ha elaborado. En este sentido el grupo analizado, cuyas peculiaridades se registran, o aquel

cultural, pero ésta se hace más severa cuando se utilizan los medios de comunicación masiva, específicamente los audiovisuales, puesto que se va más allá de registrar hechos: se captan mensajes y se interpretan, y posteriormente se transmiten reinterpretados, es decir, visual y oralmente se manipula al otro.

La identidad de un pueblo, o sea su conciencia colectiva de ser y saberse una entidad particular y específica, su capacidad de reconocerse como tal a partir de elementos compartidos (como lenguaje, ideas y creencias, patrones culturales, personalidad básica cultural, etcétera) y la participación consensual en la definición de fines, metas e intereses sociales, junto a su medio ambiente físico, sus patrones culturales, sus formas de organización social y de gobierno, constituyen la esencia activa de lo que es esa nación. La representación audiovisual de todo o parte de lo anterior puede llevar al reforzamiento de identidad, cultura, sociedad y hacia una utilización, cuidado y conservación del medio, o puede incidir en su destrucción. De ahí el delicado papel del antropólogo que registra o difunde visualmente una realidad que no es propia. El antropólogo, el cineasta, el camarógrafo de televisión, el que hace el montaje y la edición, todos deciden qué elementos, circunstancias o hechos, son dignos de registrarse y cuáles no. Es decir, ellos ejercen un control sobre la otra realidad, de acuerdo a su propio criterio, forjado, como es de suponerse, dentro de los patrones culturales de su propio grupo y conforme a las experiencias y antecedentes personales de cada uno. Se tiende a ver a la otra cultura en relación a lo que es diferente, semejante o contrastante con la propia, y por tanto se registra sólo aquello que se considera digno de ser captado: fiestas, danzas, ceremonias, vestidos, casas, implementos, etcétera, siempre y cuando no sean visible y objetivamente iguales a lo propio. Buscan en toda ocasión mostrar exactamente lo "otro", pero desde la óptica de lo "propio" y en una relación que va de la cultura hegemónica a la subalterna.

La autocrítica y, sobre todo, la necesidad de la veracidad en el registro, han llevado a un grupo de científicos socia-



otro, cuya información se requiere difundir, no tiene ninguna injerencia en todo el proceso. Existe con bastante frecuencia un cierto compromiso moral del antropólogo con su grupo de estudio, pero ni así se ha roto el control que la cultura hegemónica (de la que procede el investigador) tiene sobre la cultura subalterna, la "otra"; control que se reafirma con la mera acción del registro audiovisual o con su difusión.

En general, el hecho de investigar al otro implica una forma de dominación





les y especialistas en medios audiovisuales a buscar nuevos caminos a partir de involucrar a la comunidad en el registro de su realidad. El proceso ha ido desde consultar a esa comunidad respecto a lo que debe registrarse, hasta entregar a ciertos miembros de la misma los elementos técnicos necesarios y capacitarlos para que ellos registren lo que supongan conveniente. Con esto se esperaba obtener registros más cercanos a la realidad de la otra cultura, en términos de ésta y no de la cultura hegemónica.

Sin embargo, el registro audiovisual va más allá de ser un mero elemento técnico más o menos sofisticado según la complejidad de los aparatos utilizados; es parte de un sistema de comunicación, y este sistema, como tal, no puede descomponerse en partes sin perder su contenido cultural y su función social. Hacer el registro implica poner en práctica un sistema de valores sociales, que lleva el interés de lo que hay que registrar hacia determinados hechos, objetos, personas, y lo desvía de otros. El mensaje que se trasmite lleva implícito (en lo que registra y, sobre

todo, en las ausencias) la ideología social del grupo al que pertenece el que lo captó, así como el desarrollo ideológico personal de ese mismo individuo. El que registra los hechos, el que usa el registro, el que ve la difusión de la información, necesitaría ser un individuo o grupo social crítico, evaluativo y comprensivo de lo que va a hacer, sea registrar, utilizar para su análisis o aprender o enterarse de lo difundido, para que esto se acerque a la realidad y no implique un mecanismo más de dominación.

El ser analítico, crítico, evaluativo y comprensivo con hechos de otra cultura no es fácil, como tampoco lo es el serlo de la propia cultura. De ahí que no siempre se garantice una reproducción audiovisual de la realidad, sea que esto se haga a partir de la otra cultura o de la propia. El mundo de las ideas y las creencias, es decir, la ideología, estará en todos los casos presente y orientando el proceso.

La ideología, por cierto, está llena de preconcepciones de diverso origen: religioso, moral, de estatus social, étnico, político, científico, etcétera; pedir al que hace el registro audiovisual que olvide su mundo de ideas y creencias (lleno de preconcepciones, tal como ya se indicó) es imposible. Hará ese registro conforme a esa ideología, y por tanto, en el mismo se reflejarán todas sus preconcepciones. Si se hace a partir de la cultura hegemónica, son las de este grupo las que orientarán ese registro (más las personales del individuo que hace el trabajo), pero si se hace a partir de la otra cultura, la subalterna, e incluso por alguien perteneciente a este grupo, no sólo reflejará su propia ideología y sus preconcepciones, sino que añadirá las más notorias de la cultura hegemónica que en el proceso de dominación-dependencia le han sido socialmente impuestas. Son imperativos sociales de los que no puede escapar.

En este último caso, el que registra es de la cultura que se está captando, sus necesidades informativas, comunicacionales, incluso culturales, están regidas no sólo por su propio mundo de ideas y creencias (con todas sus preconcepciones), sino por todo aquello que le ha sido impuesto por la otra cultura, la hegemónica; de hecho, el hacer



el registro audiovisual es en sí mismo una imposición cultural más. Esto llega a ser tan profundo que, con frecuencia, el nativo de una cultura registra ésta con los ojos del otro. Así pues, registra lo que supone que los otros quieren ver y como él cree que ellos deben verlo. Por tanto, pocas veces, si es que alguna, el registro audiovisual presenta una expresión auténtica de lo propio.

Para que logre expresarse por sí mismo, es decir recoger lo que su propia cultura y sus antecedentes personales le llevan a seleccionar, debe tener libertad de elegir formas de recopilar, utillaje, tiempos para hacerlo, fines, hasta arribar al qué y al porqué del registro mismo. En el caso de la relación indomestiza en México, por ejemplo, desde un principio se impone a los indios, los otros en este caso, un modelo y una técnica: captar audiovisualmente su propia realidad, para satisfacer una necesidad de nuestra cultura, la mestiza, y hacerlo además con aparatos y técnicas que son ajenos al mundo indio. De hecho, el recopilar audiovisualmente su propia realidad no forma parte de su sistema

social de comunicación, sino del nuestro. Se trata de un caso clásico de patrón cultural impuesto, ya que satisface en otra cultura una necesidad de la nuestra, sea con actores sociales nuestros o, incluso, utilizándolos a ellos como actores sociales para nosotros. Por este camino no habrá nunca la posibilidad de que los otros creen su propia iniciativa cultural, sino sólo una reducción al absurdo: la producción y utilización de mensajes audiovisuales, realizados por ellos mismos, para su mejor dominación por nosotros. Además, todo el proceso se presenta de tal manera que no se da la posibilidad del rechazo eventual al mismo, sino sólo su ciega aceptación. En otras palabras, el registro audiovisual de la otra cultura no da lugar a la libre decisión, sino que al contrario, refuerza su dependencia: ensancha y hace más profundo el campo de la cultura impuesta a costa de la cultura propia y autónoma.

Sin embargo, la antropología visual, considerada como técnica, es un proceso que permitiría gran creatividad, sea que se aplique sobre la otra cultura o que miembros de la propia lo hagan. Si es el antropólogo el que hace el registro, el pasar la misma secuencia el número de veces que sea necesario puede no sólo mejorar la descripción de los hechos y de su ritmo, sino captar mensajes implícitos, ocultos, que le ayuden a interpretaciones más precisas. Puede ir de los modelos situacionales a los modelos procesuales o hasta generativos, por ejemplo, una serie de tomas del exterior y del interior de una vivienda puede darnos ideas no sólo de la forma, de la distribución del espacio y del uso del mismo, sino también de aspectos tales como las técnicas de construcción, la simbología que está atrás de la distribución de los enseres y objetos, las jerarquías manifiestas en esa distribución, las ideas y creencias que expresan ciertos objetos domésticos y su ubicación, etcétera. Si además se incluyeron escenas de la vida diaria en la vivienda, la información se complementará con una mejor observación de los patrones de conducta, de las maneras en la mesa, de las formas de relación, del orden de relación preestablecido, etcétera; incluso se puede profundizar más si se logra comparar de esta manera varias vivien-





das de un mismo grupo, lo que permitiría identificar diversos patrones culturales, analizarlos, clasificarlos y hasta descubrir los colocados en situaciones extremas que presentan ya el germen del cambio, o aquellos otros que muestran el más cerrado conservadurismo. Aprovechando la gran ductibilidad y posibilidad de manipulación de los medios, si se hace esto mismo con secuencias de viviendas y vida diaria dentro de ellas, para diversos grupos, pueden, por comparación, deducirse las tradiciones culturales. Y todo con mejores datos, de manera más precisa y con tasas de incertidumbre menores que con datos recopilados por escrito y haciendo sólo cuadros comparativos de rasgos culturales.

Así pues, para el análisis antropológico, como es obvio, el registro audiovisual presenta posibilidades enormes y da mayor certeza a la información obtenida y, por ende, a las conclusiones resultantes. En muy poco tiempo esta técnica de recopilación de material y análisis del mismo está pasando a ser imprescindible para el antropólogo; y fotos, cintas magnetofónicas, videos,

cine, alguno o todos, complementan sus informes. Por otro lado, es posible guardar estos registros y conservar así un acervo invaluable que le permite comparaciones en el tiempo.

Si simples videos de casas y vida diaria pueden ser tan útiles, otros, como secuencias filmicas (en video o en cine) del trabajo agrícola, de la pesca, de las artesanías o escenas de mercados o ferias, fiestas, ceremonias, etcétera, podrán llevar aproximaciones cada vez más cercanas a la realidad que se estudia. La repetición visual y auditiva de los datos, en su contexto, puede, o al menos debiera, permitir escapar de la propia ideología para ser capaz de expresar la otra, o de intentar entender los hechos analizados no sólo en términos de la propia ideología, sino también en los de la otra. Y así el estudio de la cultura y la sociedad ajenas podría estar más próximo a las reglas del método científico.

Por otro lado, si son los otros los que deben registrar los hechos, para nosotros o para ellos mismos, lo primero que tienen que hacer es apoderarse culturalmente de la técnica y hacer propio el lenguaje y la producción audiovisual en términos de su propia cultura y del mundo de ideas, creencias y valores inherentes a la misma. Tienen que conocer el aparato en sí mismo, cómo es que funciona, para qué sirve cada una de sus partes, cuál es el lenguaje que permite su manipulación, etcétera, además de los elementos de la secuencia, de la composición, los mecanismos para dar continuidad o expresar rupturas, lo que implica la forma y el contenido, el valor de la imagen en su contexto, etcétera, es decir, los principios del lenguaje audiovisual, pero todo traducido en términos de su propia cultura. En otras palabras, hacer propio un elemento ajeno, que llega de los otros, y usarlos de acuerdo a los principios e intereses que rigen su orientación cultural e, incluso, en términos de su propio lenguaje visual. No se trata tan sólo de reflejar cada vez más fielmente un hecho, sino de que ese hecho tenga un sentido, una función y un uso en términos propios y a partir de un lenguaje del que se han apropiado (o que han recreado como un quehacer cultural interno).



Así pues, hacer propios los medios de comunicación masiva, apropiarse culturalmente de una técnica como la comunicación audiovisual, podría constituir un paso importante hacia la reafirmación étnica, cultural o nacional de las culturas subalternas, paso obligado de éstas para lograr su plena integración y libre soberanía.

Si se trata de la difusión, hay que partir de una realidad: las culturas subalternas (trátese de la otra cultura o de una subcultura de la propia) no tienen ningún acceso a los niveles de decisión sobre los medios de comunicación masiva, especialmente los audiovisuales; es decir, no tienen el derecho social a recibir aquellos tipos de contenidos que den respuesta a sus aspiraciones y necesidades, no que les lleven la información que socialmente les sea útil, y menos aún la que auspicie su desarrollo cultural o su libertad ideológica y política. No pueden siquiera definir los contenidos a los que eventualmente busquen acceso, sino que tienen que aceptar los que en la práctica e ideológicamente les imponen a partir de la cultura hegemónica. Si el medio de comunicación masiva está en manos

de la iniciativa privada, el interés central de ésta, mercantilista, orientará todo el proceso. Si se trata de medios en manos de grupos religiosos, su ideología, su visión del mundo, sus valores, impondrán los contenidos. El Estado, grupos civiles no gubernamentales, etcétera, operarán de igual manera. ¿Sería posible en el México de nuestros días que grupos indios, campesinos, marginados urbanos, colonos ciudadanos, o sea subalternos, puedan tener en sus manos sus propios medios de comunicación masiva?

En toda comunicación humana se puede distinguir a un actor social (el que emite el mensaje), un receptor (el que recibe el mensaje), un conjunto de códigos conocidos y aceptados por ambos (el lenguaje) y un sistema técnico a través del cual se pasa el mensaje (el habla, las señales, los medios de comunicación masiva, etcétera). Al momento en que el receptor recibe el mensaje da una respuesta y pasa así a ser actor social, y el primer actor al recibir la respuesta pasa a ser receptor. Se establece la comunicación cuando hay una relación en la que ambos acaban por ser

actor-receptor y usando siempre un código compartido y un mecanismo conocido de transmisión. Pero ¿qué pasa cuando el receptor o da respuesta o ésta no llega al actor, o cuando se usa un lenguaje no compartido? No hay comunicación, o ésta es unilateral e impositiva. En el caso de las culturas subalternas en su relación con la cultura hegemónica es eso exactamente lo que pasa, y la antropología visual y el uso de los medios de comunicación masiva audiovisuales se convierten en armas de dominación. Pero si los grupos subalternos se aceptan y hacen propios, culturalmente hablando, los medios, éstos podrían ser, en cambio, una herramienta para su liberación, sea cultural, sea económica o política.

En todo proceso de comunicación social, y más aún a partir de medios audiovisuales (radio, cine, televisión), los actores sociales suelen definir las políticas, los contenidos específicos, el desarrollo de las acciones concretas, los mecanismos para su registro y los tiempos para hacerlo. Los receptores (sobre todo cuando no tienen posibilidad de pasar a su vez a ser también actores) lo





más a que pueden llegar es a escoger si aceptan o no los tipos de contenidos que se les ofrecen. Es decir, han sido constrañidos a un papel pacífico, no innovador y sumamente susceptible de influir. Los que manejan los medios de comunicación masiva, los actores sociales, se imponen culturalmente sobre los receptores. Y esta imposición se convierte en dominación cuando se da en áreas de fricción étnica, o sea, el espacio de relación que se da entre dos culturas diferentes (la nacional y las etnias de origen prehispánico en el caso de México) o entre dos o más subculturas de una misma cultura (como la cultura urbana y la pueblerina y campesina, o dentro de las grandes metrópolis, la hegemónica y las marginadas, etcétera).

Los actores sociales y los medios de comunicación masiva que emiten los mensajes son, pues, los ejecutores de los mecanismos hegemónicos de la dominación. En cambio, cuando los actores son a su vez los receptores, ambas acciones, combinadas, darán el funcionamiento real, libre, no dominado de la comunicación a partir de la difusión audiovisual. Los hechos y valores que se difundan no sólo cubrirán las expectativas culturales de los receptores, sino que incluso podrían llegar a auspiciar florecimientos culturales e ideológicos.

En lo referente a la difusión antropológica es conveniente separarla en dos: 1) la que se hace destinada al grupo hegemónico y que muestra hechos de una cultura subalterna (o subcultura de ese grupo hegemónico), y 2) la que se destina a la cultura o subcultura subalterna y trata de sí misma.

En el primer caso se muestra lo otro, y como se hizo real o ideológicamente a partir de la cultura hegemónica, de hecho, lo que se está recibiendo es lo esperado: se está dando la visión audiovisual de lo que se supone que es la otra cultura, de cuán distintas se manifiesta y, abiertamente o en el fondo, de su grado de inferioridad, visto de manera cruda o apenas disimulado con un punto de vista paternalista. El resultado se folkloriza, es decir se muestra como una manifestación exótica, banal, inexplicable, ligada con creencias prelógicas; todo lo cual busca, en el fondo, justifi-

car la dominación, buena parte de los documentales etnográficos son así.

Si la difusión es de un audiovisual de la cultura subalterna destinado a ésta, se refleja lo que los otros, los de la cultura hegemónica, ven o quieren ver, sea directamente o a través del propio miembro de la comunidad que la tomó, imbuido en lo que sí debe mostrarse y de lo que significativamente no debe hacerse. En este caso el resultado está aún más folklorizado: se pone énfasis en lo que tal vez no es lo significativo para el grupo, pero se le presenta como el punto focal; son los hechos conocidos para ellos, pero mostrados fuera de lo que debiera ser su contexto simbólico. Con esto se arrebató a los miembros de una comunidad la capacidad de expresar su propia identidad.

Dos tendencias significativas de la cultura mexicana, forjadas en los años veinte y treinta, cuando se consolida la Revolución Mexicana, son la unificación cultural y el centralismo. Se han querido suponer básicas para la existencia misma de la nación y su integración. Esto ha llevado a un cosmopolitismo destructor a partir de la ciudad de México,





que ha apoyado y favorecido de manera irracional la destrucción de todo lo otro, sea la cultura india, sean las diversas subculturas (rurales, pueblerinas, citadinas o metropolitanas diferenciadas por barrios, por ocupación, por sectores), para imponer la cultura (una sola), las modas, la ideología (y sus preconcepciones) emanadas del centro. Los científicos sociales, los especialistas en la comunicación masiva no pueden escapar de lo anterior, a saber, una cultura única e igual con directrices emanadas del centro es lo único aceptable, lo demás debe rechazarse porque niega a la nación. En la década de los sesenta se empieza a discutir la existencia del México pluricultural, en los setenta incluso ya con la participación de las minorías indígenas, y en los ochenta el Estado tiene que aceptar, junto con el cuestionamiento al centralismo, que la existencia de un México pluricultural no rompe la integridad nacional. En el primer año de los noventa, incluso, se plasma timidamente en la Constitución Nacional lo anterior. El uso de los medios de comunicación masiva para mostrar al otro empieza, asimismo, a ser cuestionado. Diversos proyectos se ponen en marcha, desde programas difundidos por la televisión comercial en los que se transmiten documentales etnográficos, hasta capacitar personal nativo y entregar equipo a los pueblos indios. Sin embargo, hasta ahora los medios de comunicación masiva utilizados por la antropología siguen estando en manos de la cultura hegemónica. Por su parte, los grupos subalternos no han presentado hasta ahora proyecto propio alguno, sino que cuando usan estos medios lo hacen bajo la óptica del antropólogo,

mismo que ve y analiza a la otra cultura de acuerdo a sus valores e intereses y desde la posición hegemónica en que socialmente está colocado.

En todo el proceso se manifiesta la ausencia de un compromiso de la comunicación social ligada a la antropología con las causas nacionales y étnicas. Para que esto se presente se requieren dos actitudes, la del antropólogo o comunicador comprometido con el desarrollo y la liberación de los otros, y la de los grupos subalternos que se decidan a hacer propia, culturalmente hablando, la antropología visual y la utilicen de acuerdo a sus propios valores y fines sociales.

BIBLIOGRAFIA

- AGUIRRE, Angel, *et al.* (editor), *Los 60 Conceptos clave de la antropología cultural*, Daimón, Barcelona, 1982.
- ARRIETA, Mario, *Obstáculos para un nuevo orden informativo internacional*, CEES-TEM - Nueva Imagen, México, 1980.
- BONFIL, Guillermo, *Pensar en nuestra cultura*, Alianza Editorial, México, 1991.
- _____, *La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos*, Papeles de la Casa Chata núm. 3, CIESAS, México, 1987.
- CASIMIR, Jean, *La cultura oprimida*, Nueva Imagen, México, 1981.
- GELLNER, Ernest, *Cultura, identidad y política. El nacionalismo y los nuevos cambios sociales*, Gedisa Editorial, Barcelona, 1989.
- MACLUHAN, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México, 1969.
- MARCUSE, Herbert, *Ensayos sobre política y cultura*, Planeta/Agostini, Barcelona, 1986.
- MATTELART, Armand, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1974.
- _____, *La ideología de la dominación de una sociedad dependiente*, Editorial Signo, Buenos Aires, 1975.

