

ENTREVISTA

# “Hay un problema de *“ubicaina”* en los medios de comunicación

## Entrevista a Javier Protzel de Amat

### Introducción

Fue una de las frases de nuestro entrevistado, el profesor de la Universidad de Lima, Javier Protzel, quien nos atendió hace algunos meses. En la conversación, consideró que los medios masivos de comunicación construyen sus discursos de acuerdo con una “moda” que, por cierto, descarta otras realidades y aspectos culturales que existen en nuestro país. También expresó que ya dejó de contar la infinidad de errores que cometen los comunicadores en los espacios informativos, especialmente en la televisión. Sin embargo, rescata el trabajo de una minoría y tiene claro que la formación de los comunicadores no depende tanto de la universidad de donde venga, sino de la disposición y motivación que cada profesional tiene para capacitarse y hacer bien las cosas, pues se requiere de un profesional serio y responsable para construir mensajes destinados a otras personas.

### Comunicación y cultura ¿Cómo se percibe la cultura desde la comunicación? ¿Cómo la percibe usted?

Creo que han existido dos etapas de intercepción. La primera se remonta entre los años 60 y 80, que vemos en la obra de Raymond Williams sobre las antiguas culturas populares, es decir, sociedades preindustriales y premediáticas que son absorbidas por el fenómeno de la cultura de masas, con fines de lucro y propalada

Carmen Vidaurre Güiza  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima. Directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo. Docente Asociada en UNIFÉ. Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Periodista del diario El Comercio (1989 - 2001).

por los medios de comunicación. Es todo un paradigma que criticó, por ejemplo, Jesús Martín-Barbero, y que la cultura corresponde a la era de la televisión, la radio, las historietas, etc. La segunda está apareciendo de manera generalizada y se trata de producir y transmitir sentido a través de la digitalización, a través de los medios interactivos con el desarrollo de la informática, sobre todo, la informática avanzada y de las telecomunicaciones en que, prácticamente, cualquier forma de producción de sentido puede ser digitalizada y transmitida de manera inmediata y portátil. Diría que son dos etapas en donde se piensa la cultura desde comunicación. Sin embargo, ninguna de esas dos visiones parecen ser exhaustivas, pues la cultura, en realidad, es todo. Además, las tradiciones y las expresiones orales siguen subsistiendo en nuestras sociedades.

### **Pero, existen ciertas particularidades**

Claro. Además, existen ciertas formas de brindar sentido que, por el momento, son irreductibles a la digitalización y a los medios de comunicación. Para recrear como algo muy reciente y presente es la comida, es decir, la gastronomía. Hasta ahora el olor de un guiso no me lo han transmitido por el teléfono o la televisión.

### **¿Cree usted que las particularidades culturales van a invadir los procesos de comunicación o van a subsistir?**

Creo que van a subsistir. Sinceramente, hay una moda, por ejemplo, de la gastronomía en un mundo donde todavía hay hambre y que, posiblemente, a unos veinte o veinticinco años habrá más hambre, pues la relación entre tierras productivas y población tiende a ser negativa. Me parece que valoran de una gastronomía, que por cierto es muy destacada, que todos admiramos y todos queremos disfrutar, está de moda. Existen otras realidades y otros aspectos culturales que hay en el país y que son ignorados. Por eso digo que hay un elemento que es de moda.

## **¿Usted cree que los medios participan en la moda?**

Claro. Totalmente, eso vende y como vende, eso es lo que se presenta.

## **Bajo el tema de la cultura. ¿Cree usted que los medios de comunicación desestiman algunas propuestas culturales por otras que son más importantes?**

Claro. Bajo la conversación académica que sostenemos, creo que se debe conservar en el pensamiento crítico y académico qué cosa es y no es la centralidad. Es decir, hay un problema de “*ubicaina*”. Los medios masivos se autoatribuyen un lugar de centralidad, que desde otros puntos pueden ser criticados y discutidos.

## **En algún momento, Paulo Freire dijo que la cultura es la representación de experiencias. ¿Cree que aún dicho pensamiento está vigente?**

Sí. Pero, para representar experiencias hay que saber miraras, procesarlas y expresarlas. Digamos, si soy una persona inflexible no apreciaré nada si me siento ante un hermoso atardecer de verano. Sin embargo, puedo ser un gran pintor o fotógrafo y sabré mirar el atardecer y podré mostrarlo a los otros, a aquellos que lo quieran ver y lo van a saber apreciar a través de mi propia mirada. Podemos pasar a otro nivel con la misma lógica, así, para apreciar un buen plato hay que tener un buen paladar. Tener sensibilidad para apreciar el atardecer, me parece más común que tener un buen paladar.

## **¿Cree que los medios de comunicación forman un buen paladar en el público?**

Para nada. Los medios están en otra. Además, eso del buen paladar es muy relativo, pues lo que se muestra en los medios son cosas que están de moda. Eso habría que discutirlo en otros niveles.

**¿Usted cree que la cultura a través de los medios dificulta el desarrollo social?**

Siempre puede ser muy impositivo. Hay que ver qué se muestra, qué está realmente en la inmensa oferta de los medios y qué es lo que predomina. En muchas ocasiones, lo que predomina es aquello que más vende. Eso es lo que pensaba ayer al mirar un noticiero en televisión que informaba ocurrencias de asesinatos, violaciones, accidentes y asaltos. Eso es lo que presentan los medios para vender y para tener un alto *rating*.

**Pero, la situación podría modificarse en algún momento. ¿Qué falta-  
ría? Todo el tiempo se discute y se dialoga sobre el tema.**

No tengo una respuesta. Pero podría dar dos esbozos como respuesta. El primero es una respuesta histórica. En el hacer popular siempre prevalece la cultura grotesca, lo sensacional, lo que impresiona. Así, como los contorsionistas que aparecían en las ferias, los cabezudos y los gigantes. La segunda es una cuestión de educación que comienza con la familia, con el afecto, con la formación de la sensibilidad, y que no está, solamente en el sistema escolar. Incluso es el respeto a ciertos valores, arquetipos; luego está el colegio con una orientación. Formar personas para apreciar el arte es otro capítulo de la formación de buenos ciudadanos. Es otra respuesta poco coherente que se daría y, que es muy difícil de conseguir, creo que permanece como una aspiración en los países menos afortunados y también sigue siendo una aspiración para los países más desarrollados.

**Y cómo considera los procesos culturales que se dan en la sociedad y que son tomados por los medios de comunicación. No se puede negar que en la actualidad existen producciones, especialmente nacionales, que rescatan aspectos sociales y culturales y que son llevados, por ejemplo, a la televisión.**

No voy a decir cosas que no sean políticamente correctas. Pero, quizá vivimos en una época, no sé a partir de cuándo situarla, en que se busca

lo más ligero y el menor esfuerzo. Vivimos una cultura hedonista, con inclinación al placer fácil y a una experiencia que no ahonde mucho y que no cueste mucho trabajo. Esta situación la percibo como profesor en la universidad, cuando a los alumnos les cuesta prestar atención en una exposición que dura más de cuarenta minutos. Los estudiantes se aburren, quieren ver imágenes, quieren ver las cosas más fáciles. Entonces, hay una carencia en la experiencia que deja al sujeto contemporáneo insatisfecho. Ojo que estoy dando un discurso políticamente incorrecto, no soy miembro del ejército de salvación (risas).

**Entonces la situación es preocupante. Qué pasará con los estudiantes de comunicación que más adelante se convertirán en "profesionales"**

No lo sé

**Si estamos tratando el tema desde los procesos culturales, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación que todo lo quieren fácil se convertirán, en algún porcentaje, en productores en los medios.**

Sin embargo, pienso que existe una minoría de estudiantes que destaca, que hace bien las cosas. Es la gente que termina haciéndose amiga de uno. Pero, es una minoría. Actualmente, en los medios existen defectos que pasan por agua tibia. Veo cada vez más en los periódicos, pues en la televisión dejaría de contar la cantidad de errores que se cometen, errores garrafales. Uno piensa que tal periodista no está informado o no sabe nada. Y eso no depende tanto de la universidad de la que uno venga sino de la disposición de uno mismo.

**Pero también de la falta de interés y de motivación...**

La falta de motivación que está en toda la cadena productiva. Digamos, desde la persona que escribió esa nota hasta el lector que no se dio cuenta. Creo que en otros lugares, pese a los defectos, existe menor desinterés. En fin, hay algunos aspectos que mejorar.

## **¿Cómo observa usted los procesos discursivos en los medios de comunicación en el marco de la Industria Cultural?**

El concepto de Industria Cultural se ha estandarizado en la medida en que el Perú es un país que, económicamente, ha crecido. El acceso a los grandes medios de comunicación se ha extendido por parte de la población, y por consiguiente se ha estandarizado. ¿En qué medida nosotros lo estamos aprovechando para bien o para mal? Eso es algo muy variable. Según los parámetros de lo que hemos hablado hace algunos minutos aparecen cosas muy malas, cosas de la moda, y hay algunas cosas que son muy buenas.

### **Son pocas las experiencias buenas**

Quiero dar un ejemplo cinematográfico que es el campo que conozco. Creo que en este país se hacen telenovelas horribles. En mi opinión, sumamente, huachafas. Pero, que tienen un inmenso éxito. Pienso en la película “Dioses” de José Méndez; pienso en “La Teta Asustada” de Claudia Llosa, y veo que en nuestro país ambas películas han reunido cerca de 41 mil espectadores y son películas que han ganado premios internacionales, y al compararlas no son nada con los *ratings* que puedan tener otras producciones televisivas.

### **¿Cree usted que la situación se pueda revertir?**

No hay que esperar revertir. Me contentaría con que el nivel de las telenovelas peruanas se equiparase al de las brasileñas. Eso ya sería bastante. Y que estas películas peruanas cuadruplicasen sus resultados.

### **En otros países, cómo se puede apreciar experiencias en el análisis de la cultura**

Ocurren cosas relativamente equivalentes. Pero las diferencias marcan matices importantes. Por ejemplo, un amigo muy cercano crítico de

cine me contaba que en la sala de la PUCP están dando, y en otras no sé si la siguen dando, la última película de Woody Allen “Media Noche en París”. Una película que los distribuidores se han negado a exhibir sistemáticamente en todo Lima. Dicen que no vende. Sin embargo, este amigo me decía que “Media Noche en París” ha tenido una recaudación única en Estados Unidos. Es la película de Woody Allen que más público ha tenido en los últimos años. Hay algo que no va en el Perú.

### **De repente a nivel cultural de los consumidores no es el adecuado. Somos un país de contradicciones**

Bueno la gente prefiere algo distinto (risas), lo cual me parece que está bien.

### **Claro, existen otras propuestas, otras alternativas.**

Con un ejemplo peruano gráfico bien las cosas. Fui hace dos semanas a la exposición retrospectiva de Fernando de Szyslo en el Museo de Arte de Lima (MALI). Una maravillosa exposición. Al costado del MALI estaba Mixtura, donde había miles de personas. Bueno, con toda justicia han asistido más de cuatrocientas mil personas. Pero esa cantidad de personas no ha visto el arte de Fernando de Szyslo, un arte tan peruano como los platos que han servido en Mixtura. Entonces, es otro tipo de propuesta. Pero, en realidad, no lloremos, tomemos las cosas así. Se ha perdido un poco la facultad de mirar y de detener la mirada, vivimos con el control remoto en la mano.

### **Pero creo que eso depende mucho de la formación que tengamos los padres, es toda una cadena social, los jóvenes de ahora tienen otro tipo de lectura de los productos audiovisuales**

Es que a muchos niños desde los dos años los han abandonado en el televisor, para que se entretengan. La fuente de afecto ha sido las imá-

genes y no directamente los padres. Bueno, no soy psicólogo. Además, existen otros niños, una minoría privilegiada que accede a otros tipos de mensajes. Es complicado.

### **¿Cómo considera a las mediaciones que están en los procesos de comunicación?**

Digamos que las mediaciones han cambiado. No solo se encuentra en la televisión, También se encuentra en el *Internet*, cuyo consumo puede ser enriquecedor, cómo puede no serlo. Uno puede consultar por necesidad libros facsimilares franceses del siglo XIX, pero otros pueden estar viendo pornografía u otras cosas. Depende de la consulta.

### **Somos un público fragmentado**

Vivimos mucho para el consumo, para el *show*, para tener objetos, lo cual es producto de una carencia. Digamos que la personalidad carente es una personalidad conflictivamente insaciable, pues la persona necesita consumir y cada vez más. Se vuelve adicta a algo y creo que el consumismo es una característica de la cultura contemporánea producto de la carencia consecutiva, debido a la falta de afecto y a la insatisfacción. Vemos en el consumismo tener más de esto, tener más de lo otro...

### **Y es que el consumismo también es cultural**

Sí. Pero es, sobre todo, consumo de cosas, tener cosas, y eso, en cierto modo, está alentado, está legitimado. Es un problema que lo llamaría político. Somos una sociedad de pobres o que conserva una buena parte de la relación con los pobres. El éxito económico es muy valorizado. Existe una situación arribista, legitimada por la pobreza, y al mismo tiempo se está confundiendo con este planteamiento instructivo denominado hedonismo. Nosotros vemos en los medios cómo los hijos de esta gente tan pobre en los conos son pandilleros y suelen asaltar.



**Bueno, los medios llegan a eso en un afán de informar, captan situaciones anómalas. Pero también se maneja el tema de la representatividad y que entramos a un patrón cultural amparado por la espectacularidad.**

Es el patrón de espectáculo que llamaría el Capitalismo Tardío y que son todas estas escenas de un Capitalismo Temprano.

### **¿Y cómo sería un capitalismo temprano?**

El Capitalismo Temprano es el capitalismo de la masa obrera oprimida, de la privación y los salarios bajos. Ahora hay cierto consumo que está al alcance de todos. Digamos que en la etapa Temprana del capitalismo había una moral de la austeridad. Incluso en las representaciones que aparecen en el siglo XIX y comienzos del siglo XX han cambiado en la actualidad.

### **Entonces el binomio de cultura y comunicación se encuentra sumamente fragmentado desde una perspectiva social**

No vivimos en sociedad integradas (definitivamente). No veo cómo vayan a dejar de estar fragmentadas. Digamos que las formas de integración van a ser distintas y están siendo distintas. Ya no tenemos integraciones territoriales. Nosotros estamos muy lejos de lo que ocurre en Huancavelica, por ejemplo.

### **No es muy ajeno, en todo caso.**

Pero es mucho más común lo que ocurre en Santiago de Chile. Incluso tenemos más en común con lo que ocurre en ciertos barrios de Bogotá o en ciertos barrios de Quito o que ocurre a cinco mil metros de acá. Nos sentimos atraídos por otras realidades.

**Entonces, profesor, estamos perdidos en nuestro propio consumo social.**

No lo sé. Me parece que lo políticamente correcto es ser optimista. Vamos a salir adelante. Prefiero ser más cauto. Además, más adelante vendrán otros problemas y que todavía no podemos prever. Problemas a largo plazo como son energéticos, hídricos, de tierra cultivable y que podría venir a corto plazo, no solamente una crisis financiera sino una depresión regresiva. Felizmente, no sabes cuánto nos toque a los peruanos.