



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

RICHARD COLLINS

Culture, Communication and National Identity. The Case of Canadian television.

Toronto-Buffalo-London, University of Toronto Press, 1990, XXI, 367págs.

RICHARD COLLINS Culture, Communication and National Identity. The Case of Canadian television.

Toronto-Buffalo-London, University of Toronto Press, 1990, XXI, 367págs.

Desde hace casi un siglo, los canadienses cuya mayoría anglófona viven en una franja de 300 kilómetros al norte de los Estados Unidos, han estado recibiendo las emisiones radiales y luego televisuales de su vecino del sur. Este hecho ha llevado al gobierno de Canadá a diseñar una estricta política audiovisual orientada a proteger las industrias culturales – la televisión de forma preeminente – como garantía de la soberanía política e identidad nacional. En Europa se están produciendo las mismas circunstancias que en Canadá – desbordamiento de señales sin respetar fronteras – a causa de la difusión y recepción directa de programación extranjera vía satélite. Este proceso irreversible lleva a los gobiernos europeos a replantear sus directrices en materia de radiodifusión, y el caso de la televisión canadiense les sirve de contraste. Collins, intenta desmitificar la creencia generalizada de que el desbordamiento de señales de un país a otro socava la identidad nacional y mine la cohesión política del segundo, aún cuando en ese país, como es el caso de Canadá, la organización política y la cultura (polity and culture) no coinciden. Más bien sugiere el autor una revisión profunda de las directrices audiovisuales en Europa para adecuarlas a la economía transnacional y al variado contexto social, sin que ello suponga ninguna amenaza a la estabilidad política de los países que asuman esa realidad. Todo el libro se vétebra sobre la idea central de que Canadá no es una nación-estado de viejo cuño que comparta unos símbolos culturales comunes y un basamento social homogéneo, sino “una “nueva sociedad”, multilingüe, multiétnica, multicultural, ligada a una cultura y economía internacional, que goza de gran estabilidad e instituciones políticas fuertes”, en contraposición a la simetría política, económica y cultural de otros países que “lleva al parasitismo y al debilitamiento e impide la eficacia económica, el pluralismo cultural y la igualdad política”. Tomando esta realidad como punto de partida, Collins rebate la tradicional postura de la política audiovisual canadiense que asume la dependencia entre soberanía cultural y soberanía política como regla de actuación. De hecho, uno de los aspectos más reglamentados por la política audiovisual es la programación por televisión, como reflejan las distintas leyes y estudios sobre el particular. El autor critica este extremo y descalifica una de las conclusiones del Informe Caplan Sauvageau (que precedió la Ley de Radiodifusión de 1991), que señala que, necesariamente, el incremento en la programación canadiense aumentaría el consumo de ésta. Sugiere Collins la especialización de la programación canadiense de televisión como alternativa rentable en el mercado internacional, puesto que Canadá no puede competir con las series populares estadounidenses del género “drama”. En este sentido elogia la sensibilidad por el gusto popular que manifiestan los críticos y productores de la programación en francés, a quienes atribuye el éxito del género “drama” en la televisión francófona. La televisión canadiense está ciselada por subintereses antagónicos al servicio del interés nacional o nacionalista. Uno de estos intereses ha conducido a la llamada Tecnopía o miopía tecnológica que es el desarrollo desenfrenado de nuevas tecnologías sin calibrar los efectos económicos negativos a largo plazo. Aprovecha Collins esas ideas para demostrar cómo los objetivos nacionalistas de las instituciones reguladoras están siendo desplazados por el nuevo realismo-pragmatismo económico, según reflejan los distintos informes y estudios que desde la Ley de Radiodifusión de 1968 se han publicado. Mucho se ha hablado y escrito sobre el carácter nacionalista de la política audiovisual canadiense, sin que se aclare el significado de los conceptos nación y estado en los libros que tratan el tema. El autor, por eso, dedica un capítulo entero a analizar las distintas teorías sobre estado y nación, distingue además tres tipos de nacionalismos que convergen en Canadá y consigna expresiones tan rotundas como: “Quebec es una nación sin estado; Canadá un estado sin nación” (p. 108). Más adelante, explica Collins las características económicas del mercado de la información televisiva. En este apartado, el autor suaviza el tono crítico hacia la estructura de financiación pública y privada de la televisión, y reconoce que Canadá administra en materia de radiodifusión un gran sector que ofrece servicios que, de otra manera, una economía de libre mercado no podría proveer. El sexto capítulo también versa sobre la economía de la televisión y expone tres teorías de dependencia: dos de carácter económico y una de índole cultural. La dependencia cultural se refiere a aquella que convierte a los canadienses en mera “mercancía de audiencia” para los medios de comunicación, y sobre todo, para la programación estadounidense. Collins difiere de ésta postura, argumentando que la lectura que se hace de un mismo programa es distinta según el contexto cultural, y justifica en definitiva (citando a Innis) que “la “dependencia” en una metrópolis foránea por bienes culturales, no es incompatible con una identidad nacional robusta o con la búsqueda de los intereses que no son de la metrópoli” Collins denuncia que la política audiovisual federal de Canadá prefiere la cantidad a la calidad, y enfatiza los aspectos industriales más que los culturales. Expone también los motivos por los que la política audiovisual canadiense ha errado provocando el gusto masivo de la audiencia canadiense por la programación estadounidense. En la misma línea, pone en entredicho el sistema de medición de audiencias que suele adjudicar mayor importancia a los números (ratings) que a la valoración (appreciation) de un programa. Recuerda el autor que, aunque Canadá posee una cultura antropológica distinta a la de los Estados Unidos – sistema parlamentario, seguridad social, impuestos progresivos, etc –, no poseen una cultura simbólica nacional, La noción de cultura entonces pasa a ser objeto de su análisis y afirma que la transnacionalización de la cultura, por mucho tiempo parcela exclusiva de las élites, se ha extendido a los estratos populares, en parte gracias a la televisión. Los últimos capítulos constituyen un laudable intento del autor de probar la “mentalidad de guarnición, del heroe víctima y humillado”, subyacente en las producciones canadienses del género “drama”, y el obsesivo cuestionamiento de su existencia – el Where is here? – las conclusiones lo que ya ha desarrollado en el libro: que es compatible la estabilidad de un gobierno con la heterogeneidad de sus súbditos; que la visión de “drama” en la televisión afecta más bien poco las acciones políticas y la identidad de la

audiencia; que los objetivos nacionalistas seguirán configurando la política audiovisual; y que Canadá ejemplariza el penetrante anhelo de una fuerte Heimat (patria) nacional y de crear una sociedad democrática estable que satisfice de forma imperfecta. JOSE R. ORTIZ VALLADARES

José R Ortiz Valladares

[arriba](#)