

Enlace universitario

National Geographic:

Entre la fascinación por el mundo y el Imperio

por Guillermo Cicalese y Silvina Pereyra(*)

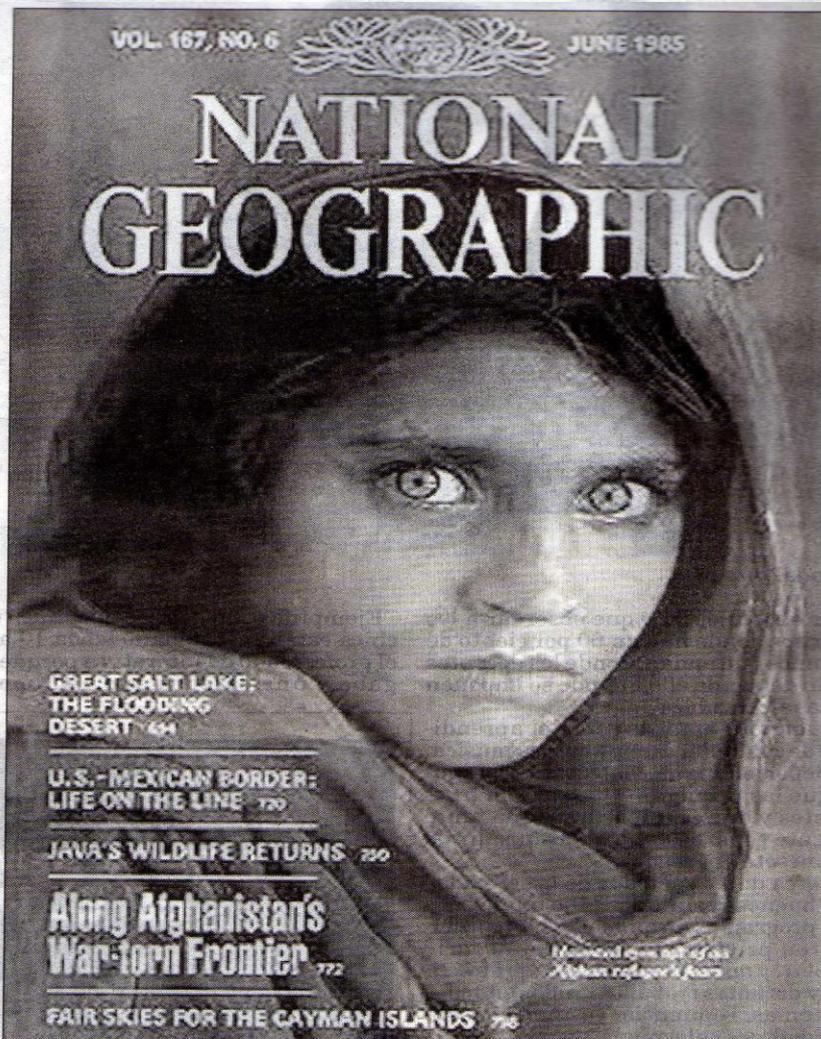
La National Geographic Society es la institución que edita la National Geographic Magazine, esta entidad que se fundó en 1888 al igual que otras organizaciones geográficas decimonónicas típicas de la época, estaba conformada por notables que constituían la élite dominante. Su distinguida membresía estaba integrada por banqueros, exploradores, inventores, geógrafos, ingenieros, militares y geodestas; que inspirados por una fuerte filosofía positivista encaraban un proyecto científico y de consecuencias prácticas. Estas iniciativas corporativas de la élite cultural se comprenden mejor si se las coloca en su contexto histórico donde primaba el espíritu de progreso y las enfáticas pretensiones colonialistas o neocolonialistas de las dirigencias en los países europeos y en los Estados Unidos de Norteamérica en particular.

La revista que en sus orígenes tenía el estilo de un journal tomaba rápidamente otro rumbo editorial. El austero boletín en tonos terracota, tamaño folleto con un tirada de 200 ejemplares enviados a un pequeño círculo de especialistas quedaría atrás. La magazine logró con el tiempo llegar al aprecio del gran público con narraciones vivas de los exploradores en primera persona y un empleo creciente de la tecnología puesta al servicio de las imágenes, mapas y fotografías que número a número se difundían ocupando la mayor parte de sus páginas.

Al correr del siglo XX la empresa se convirtió en algo más que una revista de geografía pintoresca, ese fue sólo su origen; ya que fue el puntal desde donde se desarrolló bajo un modelo de organización sin fines de lucro un complejo multimediático con redes globales. Para tener idea de su dimensión basta decir que la revista hoy en día es traducida a 28 idiomas, con una tirada de 8,5 millones de ejemplares. En forma reciente la sociedad ha puesto en la calle otros materiales impresos entre los que podemos citar: National Geographic Traveller, National Geographic Adventure, National Geographic Kids y National Geographic Explorer; totalizando entre todas 11,5 millones de lectores. Sus colecciones y libros desde 1907 han puesto a la venta 2.000 títulos en 32 idiomas, distribuyendo hasta el presente un promedio de 150 libros al año. Además cuenta con un canal de TV que llega a una audiencia de 230 millones de personas en 163 países en 27 idiomas diferentes.

Una empresa

El magazine de la National Geographic Society sin duda se ha convertido en un éxito de la geografía popular, los datos de expansión de la sociedad y su diversificación son asombrosos, es muy difícil encontrar otra empresa educativa de tal magnitud y persistencia a lo largo de los años. El pacto explícito con sus lectores contenía las coordenadas principales de su punto de vista, que por otra parte quedó muy claro desde sus primeros números. Entre las reglas que sostenían la base de su manual de estilo se recalcan entre otras unas muy sugestivas: "abundancia de ilustraciones bellas, instructivas y artísticas"; "no se pu-



blica nada que tenga un sesgo partidista o un carácter polémico"; y "sólo se imprimen las cosas agradables sobre los diferentes países o sus gentes y se evitan las desagradables o las de carácter impropriadamente crítico". Este pacto pudo mantenerlo con relativa continuidad a pesar de las reacciones que generaron entre sus suscriptores algunas notas tempranas, como aquéllas en las que se reproducían fotos de nativas mostrando los pechos que parecían desafiar la moral puritana, las que retrataron la Alemania hitleriana de los 30 con cierta prosa entusiasta, y aquéllas más tardías sobre el Bronx neoyorkino y sus minorías raciales a principios de los 70. Este último reportaje exhibía una señal inequívoca que las políticas de contenidos de la magazine gradualmente evolucionaban en otro sentido.

Los dirigentes de la Sociedad siempre atentos a los "intereses nacionales" pusieron su departamento cartográfico durante la primera guerra mundial, con la precisión racionalista que caracterizaba a sus mapas, a dibujar los teatros de operaciones que utilizaba el ejército en el frente de batalla europeo. Pero también, su servicio llegó a las oficinas burocráticas en el exterior con información cartográfica estratégica sobre Centro América u Oceanía, territorios que se encontraban bajo adminis-

tración, dominio o el simple interés del Departamento de Estado. Además, la bibliografía reciente prueba con buenos argumentos y hechos que los reproches por su acentuado racismo o por sus miradas agudamente etnocéntricas no eran infundados, sobre todo cuando se echaba mano de representaciones, discursos e imágenes que versaban sobre el Tercer Mundo. Es más, fuentes desclasificadas, testimonios recogidos y archivos de la misma publicación han revelado que algunos de sus exploradores satisficieron en sus itinerarios encargos de la CIA durante la etapa más álgida de la Guerra Fría. En suma, las dimensiones de un emprendimiento editorial que ha tenido tan impresionante despliegue, puede encontrarse en un conjunto de condicionantes diferentes, empero no podemos dejar de señalar el hecho de que la National supo desenvolverse y crecer aprovechando una red que se tejía en el seno de un Estado Nacional que con el correr del Siglo XX se convertiría en una potencia hegemónica global.

(*) Proyecto: Instituciones geográficas, pensamiento territorial y publicaciones populares. National Geographic Magazine, cincuenta años narrando el lejano sur latinoamericano (1940-1990). UNMdP – Facultad de Humanidades, 2014-15 (cicalese @ mdp.edu.ar)

National Geographic:

Entre la fascinación por el mundo y el Imperio

**Se agrega la nota original que por razones de espacio fue reducida. Diario La Capital. Mar del Plata. Domingo 11 de Mayo. Página 12.*

National Geographic Magazine: una empresa periodística entre la fascinación por el mundo y el Imperio

(*) Por Guillermo Cicalese y Silvina Pereyra

En cualquier kiosco de periódicos es posible distinguir esa revista rápidamente sobre las demás, las tapas de sus ejemplares resaltan por su fondo amarillo que la hacen inmediatamente reconocible. Sobresalen sus portadas con brillantes ilustraciones, tan llamativas que suelen evocar afiches de promoción turística. En ella suelen retratarse paisajes en donde sobresalen grandiosos accidentes geográficos, la imponente presencia de una criatura del reino animal, un rostro o figura humana que captura nuestra mirada, o bien un monumento arqueológico. Todas sus portadas indefectiblemente nos remontan casi siempre a sitios exóticos y a un pasado lejano. Nos referimos a la *National Geographic Magazine*, la revista más difundida y leída de geografía popular en los Estados Unidos, y hoy en día, en el mundo globalizado. En pos de comprender su extraordinaria expansión creemos conveniente dar algunas respuestas, preliminares y breves, tomando en cuenta el trabajo de quienes han estudiado a la *magazine*, de manera de orientarnos sobre cuál fue el origen de la revista, cómo se construyó su estilo y contenido editorial, qué tipo de lectores podemos suponer que tuvo y tiene, y qué articulaciones mantuvo a lo largo de su trayectoria con las corporaciones de la administración estadounidense.

La *National Geographic Society* es una institución que se funda en 1888, y al igual que otras entidades geográficas decimonónicas típicas de la época era parte de la elite dominante. Su distinguida membresía estaba integrada por banqueros, exploradores, inventores, geógrafos, ingenieros, militares y geodestas; que inspirados por una fuerte filosofía positivista encaraban un proyecto científico. Estas iniciativas corporativas de la elite cultural se comprenden mejor si se las coloca en su contexto histórico donde primaba el espíritu de progreso y las enfáticas pretensiones colonialistas o neocolonialistas de las dirigencias en los países europeos y en los Estados Unidos de Norteamérica en particular.

Luego de su fundación la Sociedad rápidamente inició la impresión de un boletín académico donde se daba cuenta de las exploraciones y hallazgos científicos en el campo de las Ciencias de la Tierra, haciéndolo en un lenguaje austero, con una jerga técnica rigurosa en cuanto a la argumentación, y bajo un estricto registro de catalogación de las observaciones de campo. Sólo las exploraciones que la Sociedad patrocinaba fueron de a poco abriendo paso a otros textos que se distanciaban del aséptico canon propuesto por las ciencias.

Los diarios, reportes y bitácoras que arribaban al escritorio de la redacción central con las peripecias de los exploradores llevaron pronto a la necesidad de contar con otras estrategias textuales y gráficas. El *journal* tomaba claramente otro rumbo, los primeros relatos sobre las expediciones estaban más dirigidos a captar un público lego que no tenía formación académica, se diría destinados al hombre medio norteamericano: medio en ingresos económicos, medianamente informado sobre cultura general y con un nivel medio en la escala educativa. Su estilo editorial tomaba principios de escritura que rescataban las formas del discurso literario, más vinculadas con los viejos cronicones, las narraciones de viajes fantásticos y el género de aventuras que se desenvolvían en sitios lejanos y culturas primitivas; género que por entonces ya había cautivado la imaginación de los lectores ávidos por lo exótico.

No sin sobresaltos, se transitaron estos giros editoriales al interior del cuerpo gerencial del *magazine*, ya que algunos de sus directivos renunciaron al notar que se dedicaba cada vez menos espacio para los *papers* académicos. El austero boletín en tonos terracota, tamaño folleto con un tirada de 200 ejemplares enviados a un pequeño círculo de especialistas quedaría atrás. La revista rápidamente llegó al aprecio del gran público con narraciones vivas de los exploradores en primera persona y un empleo creciente de la

National Geographic:

Entre la fascinación por el mundo y el Imperio

tecnología puesta al servicio de las imágenes, mapas y fotografías que número a número se difundían ocupando la mayor parte de sus páginas.

Al correr del siglo XX la empresa se convirtió en algo más que una revista de geografía pintoresca, ese fue sólo su origen; ya que fue el puntal desde donde se desarrolló bajo un modelo de organización sin fines de lucro un complejo multimediático con redes globales. Para tener idea de su dimensión basta decir que la revista hoy en día es traducida a 28 idiomas, con una tirada de 8,5 millones de ejemplares. En forma reciente la Sociedad ha puesto en la calle otros materiales impresos entre los que podemos citar: *National Geographic Traveller*, *National Geographic Adventure*, *National Geographic Kids* y *National Geographic Explorer*; totalizando entre todas 11,5 millones de lectores. Sus colecciones y libros desde 1907 han puesto a la venta 2.000 títulos en 32 idiomas, distribuyendo hasta el presente un promedio de 150 libros al año. Además cuenta con un canal de TV que llega a una audiencia de 230 millones de personas en 163 países en 27 idiomas diferentes.

El magazine de la *National Geographic Society* sin duda se ha convertido en un éxito de la geografía popular, los datos de expansión de la Sociedad y su diversificación son asombrosos, es muy difícil encontrar otra empresa educativa de tal magnitud y persistencia a lo largo de los años. Ciertamente en sus orígenes como revista de amplia circulación fue pensada para el "americano medio" que podemos sospechar con hábitos, estilo de vida y consumos propios de un pequeño burgués. Quienes han hecho interpretación de sus discursos textuales y expresiones visuales coinciden en general en que la publicación tuvo la virtud de revelar y a la vez estar en sintonía con los sentimientos, predisposiciones e ideología de buena parte del espíritu conservador norteamericano, por lo menos hasta bien avanzada la década del 60.

El pacto explícito con sus lectores contenía las coordenadas principales de su punto de vista, que por otra parte quedó muy claro desde sus primeros números. Entre las reglas que sostenían la base de su manual de estilo se recalcan entre otras unas muy sugestivas: "abundancia de ilustraciones bellas, instructivas y artísticas"; "no se publica nada que tenga un sesgo partidista o un carácter polémico"; y "sólo se imprimen las cosas agradables sobre los diferentes países o sus gentes y se evitan las desagradables o las de carácter impropriadamente crítico". Este pacto pudo mantenerlo con relativa continuidad a pesar de las reacciones que generaron entre sus suscriptores algunas notas tempranas, como aquéllas en las que se reproducían fotos de nativas mostrando los pechos que parecían desafiar la moral puritana, las que retrataron la Alemania hitleriana de los 30 con cierta prosa entusiasta, y aquéllas más tardías sobre el Bronx neoyorkino y sus minorías raciales a principios de los 70. Este último reportaje exhibía una señal inequívoca que las políticas de contenidos de la magazine gradualmente evolucionaban en otro sentido.

Claro está, que la *National* no estuvo exenta de cuestionamientos; entre ellos de presentar un mundo edulcorado de colores pasteles apartado de las riñas políticas para un lector presuntamente ingenuo, tan despreocupado como poco exigente y sin facultades críticas; se diría más apegado a sus fotos y descripciones accidentales que por comprender la realidad profunda de las regiones visitadas. Tenemos que destacar que muchos de sus proyectos fueron sólo posibles por el concurso de las reparticiones estatales estadounidenses. Los dirigentes de la Sociedad siempre atentos a los "intereses nacionales" pusieron su departamento cartográfico durante la primera guerra mundial, con la precisión racionalista que caracterizaba a sus mapas, a dibujar los teatros de operaciones que utilizaba el ejército en el frente de batalla europeo. Pero también, su servicio llegó a las oficinas burocráticas en el exterior con información cartográfica estratégica sobre Centro América u Oceanía, territorios que se encontraban bajo administración, dominio o el simple interés del Departamento de Estado. Además, la bibliografía reciente prueba con buenos argumentos y hechos que los reproches por su acentuado racismo o por sus miradas agudamente etnocéntricas no eran infundados, sobre todo cuando se echaba mano de representaciones, discursos e imágenes que versaban sobre el Tercer Mundo. Es más, fuentes desclasificadas, testimonios recogidos y archivos de la misma publicación han revelado que algunos de sus exploradores satisficieron en sus itinerarios encargos de la CIA durante la etapa más álgida de la Guerra Fría.

Decíamos antes que el *magazine* empieza a tener un lento giro editorial en la década del 70, que no siempre fue aceptado de buen grado por sus abonados más tradicionales. Es así, que en sus hojas comienzan a delinearse los problemas derivados del deterioro ecológico y cuadros con trazos más sociales de los países visitados, es más, se contratan a cronistas y fotógrafos que reproducen descarnadamente un paisaje humano que interpela la mirada. Sus contenidos y representaciones actuales están más próximos a formas de corrección política que resultan ajenas a esas láminas del pasado de aquéllas indígenas desnudas

National Geographic:

Entre la fascinación por el mundo y el Imperio

anónimas, donde lo único identificable era el osado hombre blanco que se aventuraba en tierras tan peligrosas como extrañas. En suma, las dimensiones de un emprendimiento editorial que ha tenido tan impresionante despliegue, puede encontrarse en un conjunto de condicionantes diferentes, entre los cuales podríamos arriesgar: un período histórico donde la demanda de estos bienes no dejaba de aumentar ante una población cada vez más educada; una revista de cultura general destinada al mercado que tuvo la virtud de poder ser leída por sus suscriptores como forma de entretenimiento en su tiempo libre; y un contenido que sintonizó en forma más o menos complaciente con el imaginario de sus lectores, pero que también supo a su momento incluir cambios en función de nuevas inquietudes, intereses y valores sociales. Claro está, que no podemos dejar de señalar el hecho de que la *National* supo desenvolverse y crecer aprovechando una red que se tejía en el seno de un Estado Nacional que con el correr del Siglo XX se convertiría en una potencia hegemónica.

(*)Proyecto: Instituciones geográficas, pensamiento territorial y publicaciones populares. *National Geographic Magazine*, cincuenta años narrando el lejano sur latinoamericano (1940-1990). UNMDP – Facultad de Humanidades, 2014-15 (cicalese @mdp.edu.ar)