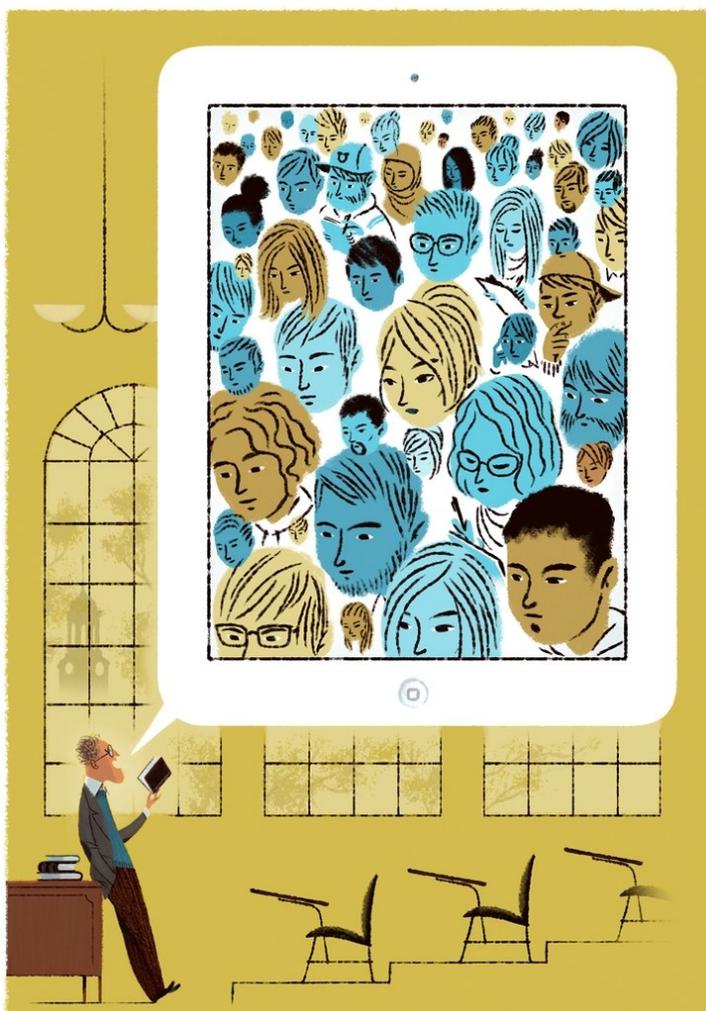


EDUCACIÓN, CULTURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Material Bibliográfico



Prof. Claudio Alvarez Terán

Año 2018

CULTURA, EDUCACIÓN y COMUNICACIÓN

LA COMUNICACIÓN Y EL SIGLO XXI

Por Claudio Alvarez Terán

Definiciones del Concepto de Comunicación

La Comunicación ya ha sido un concepto trascendente durante el siglo XX, pero se ha transformado en un factor consustancial del siglo XXI.

Esa particular trascendencia se sostiene en el hecho de que en todo proceso de comunicación está presente la figura del **OTRO** y el Otro por su presencia, incluso por su ausencia, o más aún por su omnipresencia, es el protagonista del siglo XXI.

“La problemática del OTRO es el tema de la Comunicación” es una afirmación central sobre esta cuestión y debe ser comprendida en tanto es la problemática que enfrenta la Comunicación en cuanto disciplina científica, apoyándonos en la frase del escritor francés Frantz Fanon, **“hablar es existir absolutamente para el OTRO”**. Y es un problema que necesitamos analizar ya que es difícil encontrar un equilibrio en la relación con el Otro. Si el Otro está demasiado cerca se vuelve inquietante y suele provocar una sensación de rechazo, pero si el Otro está demasiado lejos la diferencia se vuelve infranqueable.

Cuanto mayor es la presencia del OTRO más importante resulta conocer las reglas de la comunicación y sus estrategias, y precisamente en nuestro tiempo el OTRO se ha vuelto omnipresente en virtud de la multiplicación de los intercambios que hace posible la tecnología y el acceso masivo que generan los medios de comunicación. Nunca antes en la Historia de la humanidad como ahora las personas tienen la posibilidad de vincularse comunicacionalmente con mayor cantidad de personas. Por esa razón el factor comunicacional hoy resulta de tanta importancia como práctica social y cultural y como objeto de estudio para entender de la mejor manera cómo funciona la comunicación.

Pensemos que hasta hace muy pocas décadas la posibilidad de que existiese un vínculo comunicativo entre personas se remitía a la relación directa y a la escasa circulación geográfica que esas personas podían tener.

Pero ya sea a través de medios electrónicos o relaciones interpersonales no hay que perder de vista que no existe comunicación sin malentendidos, sin ambigüedades, sin pérdidas de tiempo, sin la aparición de significados inesperados, en definitiva, sin la posibilidad del fracaso de comunicar; no existe comunicación sin la posibilidad de que la comunicación no se produzca, por eso hablamos de que la comunicación es una práctica cultural que tiene una forma, tiene normas y debe ser entendida.

Pero, ¿qué es comunicación?

Comunicación es una palabra polisémica, es decir de múltiples significados, típica característica de conceptos que resultan amplios y abarcativos, donde nadie queda fuera, donde todos estamos involucrados. Podríamos comenzar a plantear su significado en base a la idea de que la

comunicación es nuestro entorno cultural, vivimos en un verdadero “ecosistema comunicativo” donde todo lo que nos rodea son signos que intercambiamos las personas.

La definición básica de comunicación pertenece al siglo XII, proviene del latín, y responde a la idea de comunión, de *"Tener en Común"*, porque la comunicación es antes que nada un fenómeno normativo, interpersonal, de intercambio y encuentro con el Otro. No es posible una vida individual y colectiva sin comunicación. Por eso el prefijo “común” es posible encontrarlo en muchas palabras de nuestra lengua que refieren al conjunto, como comunidad, comunión o comuna.

En el siglo XVI se presenta un segundo significado del concepto “comunicación”, que es interpretar este término como transmisión o difusión. Este significado está ligado al desarrollo de las técnicas que aparecen para “comunicarse mejor” más allá del encuentro con el Otro. Esta perspectiva de transmitir o difundir en nuestro tiempo ha adoptado la forma de una herramienta comunicativa que facilita el desarrollo social y económico de una sociedad, para mejorar su funcionamiento. Por ejemplo, cuando me subo a un transporte público puedo no tener un encuentro trascendente con el chofer pero necesito comunicarme para que me acredite el boleto en su teclado y para eso debo transmitirle ese pedido y el ejecutarlo, y eso también es comunicación. Del mismo modo el supermercado puede no pretender una interacción interpersonal conmigo pero me envía un boletín por debajo de la puerta de mi casa con las ofertas del día, lo que hace es difundir su mensaje, eso también es comunicación.

La Comunicación construye a los seres humanos, participando en su socialización, en la transmisión de su cultura, valores y creencias, ya sea por medio de la familia o del aprendizaje en la escuela y, últimamente, y de manera cada vez más temprana e importante, a través de un nuevo protagonista de esta difusión y transmisión de cultura que son los medios de comunicación.

El filósofo coreano Byung-Chul Han sostiene que sin la presencia del OTRO, la comunicación degenera en un intercambio de información, desaparece la primera definición y solo queda la segunda: las relaciones se reemplazan por las conexiones, y así solo no relacionamos con lo igual, porque lo igual tiene una ventaja sobre lo diverso, ¡no duele!

Hasta hace 50 años los niños mantenían su primer vínculo comunicativo con sus padres y su familia, más tarde con las personas cercanas a su familia y luego de unos años con la escuela, por eso la maestra era llamada “segunda madre” y la escuela “segundo hogar”; pero cuando apareció la televisión de manera masiva y ya recientemente la internet y los nuevos medios tecnológicos al alcance de todos, los niños reciben acciones comunicativas de los más diversos orígenes y desde la más temprana edad a través de estos dispositivos tecnológicos.

Pero debe quedar en claro que más allá de las diversas ópticas que registra la definición de la comunicación, y las formas que puede adoptar este intercambio, toda idea de comunicación confluye en el concepto de interacción con OTRO.

La doble dimensión de la Comunicación

Como ha quedado en claro al definirla, la Comunicación tiene una doble dimensión, una dimensión normativa o humanista y una dimensión funcional o instrumental; es decir, la comunicación como impulso para el crecimiento y desarrollo del individuo y la comunicación como herramienta de interacción social y económica.

La **dimensión normativa** corresponde al sentido de compartir, es el ideal de la comunicación de intercambiar y de comprenderse. Toda comunicación supone la existencia de reglas y de códigos para comunicarse, de normativas. Nadie aborda al Otro de manera “natural”¹, siempre hay entre las personas una serie de normas comunicativas que permiten llegar al objetivo de ponernos en contacto con el Otro.

Nadie nace “sabiendo comunicarse”, es un aprendizaje que constituye la transmisión de esas normas, y de esa cuestión se ocuparán la familia y la educación en el proceso de socialización de las personas, en definitiva, lo *normativo* hace de la comunicación una práctica cultural que permite la continuidad de una sociedad. Debemos entender la cultura como la forma de vida de un grupo social, es el conjunto de particularidades que definen a una comunidad, su historia, sus valores, sus creencias, sus experiencias, sus comidas, su arte, sus formas de divertirse, su lengua, etc., es decir aspectos compartidos en una determinada sociedad que establecen ciertas formas de ser y estar en el mundo, cierto modo de vivir. Y cada sociedad se diferencia, o se parece, a otra en base a su cultural.

Y la práctica de comunicarse es un factor cultural, que incluye la lengua, el modo de dirigirse a las personas, formas de construir el pensamiento, es decir reglas de comunicación que constituyen la dimensión normativa, que es *el cómo* de la comunicación.

La **dimensión funcional** de la comunicación responde a la necesidad de comunicarse que tiene todo cuerpo social, tanto para los intercambios económicos de bienes y servicios, como para las leyes y normas que hacen a la convivencia de una sociedad. Aquí las reglas tienen aún más importancia que en la dimensión interpersonal ya que no persigue el solo objetivo de comprender al OTRO sino que tienen un interés o una necesidad específica que se comprueba en la eficacia del contacto, que es la posibilidad de que una correcta comunicación permita a las personas funcionar dentro del sistema productivo y de consumo o en la organización de una sociedad. La comunicación es en esta dimensión una función destinada a darle eficacia al accionar social, a que las personas intercambien mensajes para el normal desarrollo de su vida cotidiana. Es *el para qué* de la comunicación.

La Comunicación tiene en definitiva una doble hélice que la impulsa, esta doble hélice se compone por aspectos normativos y funcionales.

El Ecosistema Comunicativo

¹ Definimos lo “natural” como aquello que es dado por nuestra naturaleza humana, caminar por ejemplo. Todas nuestras conductas que no son naturales son culturales, es decir aprendidas dentro de nuestra sociedad, andar en bicicleta por ejemplo.

*La comunicación es una red de interacciones y relaciones simbólicas entre las personas que afecta a todos los comportamientos que se dan en la vida institucional y cotidiana.*²

Hablamos de interacciones y relaciones simbólicas porque son símbolos los que intercambiamos en la comunicación, lo hacemos cuando hablamos, cuando escribimos, cuando vemos una película, cuando pedimos una ayuda, cuando compramos en el kiosco, cuando reímos o cuando lloramos, lo que hacemos es emitir un símbolo que debe ser comprendido por el OTRO en base a la existencia de un código común.

Es por ello que diariamente convivimos inmersos en el fenómeno comunicacional de manera casi permanente, sea cual sea el espacio que en algún momento del día ocupemos para nuestras acciones estamos emitiendo o recibiendo símbolos.

A este espacio general le llamaremos **Ecosistema Comunicativo**, es decir el ambiente en que desarrollamos nuestra vida, y que se encuentra atravesado por la comunicación y por símbolos, en donde la tecnología ocupa un lugar muy importante por supuesto, pero el ecosistema comunicativo no es simplemente vivir rodeados de tecnología.

Dado que la tecnología es un elemento sustancial a la hora de analizar la comunicación de nuestros días, es conveniente definir a qué nos referimos cuando hablamos de Tecnología puesto que no se trata exclusivamente de máquinas y dispositivos, sino también de la manera en que esas máquinas y dispositivos nos revelan la realidad en la que vivimos, es decir, la tecnología del siglo XXI no son solo computadoras, robots, internet y celulares, sino su impacto en nuestra forma de vivir en una realidad en la que la computación y los avances en comunicación son parte ineludible de la actualidad. No se trata de “las máquinas” sino de qué relación social se mantiene por medio de esas máquinas.

Por ejemplo, si hablamos de tecnología mencionamos a los teléfonos celulares, pero el concepto no se agota en el elemento técnico “celular”, sino que incluye el impacto que tiene en nuestra idea sobre el tiempo, sobre las relaciones con nuestros amigos y familiares, sobre el trabajo, sobre las imágenes, sobre nuestra tendencia a fotografiar y fotografiarnos, sobre qué nos pasa cuando lo olvidamos o lo perdemos, etc.

Volviendo al tema, la definición básica de ecosistema es la de “una comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en torno a un mismo ambiente”. Por ello el concepto de ecosistema es aplicable a la comunicación ya que toda nuestra vida y nuestras relaciones transcurren en función de un entorno en el que la comunicación (incluidas sus expresiones tecnológicas) está presente como si se tratase de un ambiente *natural*.

Obviamente lo de ambiente *natural* es una metáfora, ya que el ecosistema comunicativo no es fruto de la naturaleza sino de un entorno generado en base a las dimensiones normativa y funcional de la comunicación, es decir, es obra de las sociedades, comunicarse es una práctica cultural. Por esa razón no es lo mismo el ecosistema comunicativo de un habitante de Buenos

² Barbero, Jesús. Cultura/Tecnicidades/Comunicación. En Tres espacios lingüísticos ante los desafíos de la mundialización: Actas del Coloquio Internacional, París, 20 y 21 de marzo de 2001

Aires que el de un habitante de París o el de uno de Beijing, y no hablamos solo de la diferencia entre las lenguas o la mayor o menor tecnología de la que se disponga.

Si el ecosistema comunicativo fuera un ambiente *natural* supondríamos que lo que nos rodea y atraviesa lo hace más allá de nuestra voluntad, que nos comunicamos más allá de nuestros deseos, y que los dispositivos y las herramientas comunicativas no son fruto de la creatividad humana, o que las normas de comunicación siempre han estado allí, y no habría diferencia entre comunicarse en Buenos Aires, en París o en Beijing, y esto no es así.

La comunicación está presente en el hogar, en la escuela, en los centros comerciales, en las oficinas, en las fábricas, en los espacios de ocio, en el espacio público, a nivel personal, a nivel local, a nivel regional y a nivel global, ningún espacio ni ningún momento escapa al fenómeno comunicativo, estamos rodeados de comunicación.

Pero como vivimos en un entorno cultural, un marco de relaciones que es una creación humana, todas nuestras interacciones con la realidad no se dan de manera directa sino que entre nosotros y las circunstancias existen influencias, factores que inciden en nuestra mirada y comprensión de las cosas, prácticas culturales que nos significan, nos expresan, a todos esos factores les llamaremos **mediaciones**.

Las mediaciones son variadísimas: comunican al sujeto con un objeto, a sujetos entre sí, al adentro y el afuera, a lo sagrado y lo profano, a lo ocurrido y lo posible, al ayer y el mañana. Sin mediaciones comunicativas el ser humano estaría incapacitado de comprender y transformar su realidad. Y esas mediaciones están dadas por signos y técnicas que componen la cultura: herramientas, convenciones, imágenes, clase social, escrituras, rituales, cultos, relojes, medidas, espejos, leyes, dioses, miedos, memoria, esperanza, instituciones.

Me comunico con alguien **por medio** de palabras o gestos, me informo **por medio** de la televisión o la radio, comprendo esa información televisiva **por medio** de mi experiencia y conocimiento, aumento mi conocimiento **por medio** de la escuela, me conduzco en la escuela **por medio** de normas, me relaciono con mis amigos **por medio** del celular, me comunico con dios **por medio** de un ritual, me contacto con el tiempo **por medio** del reloj, puedo saber si estoy lejos o cerca **por medio** del sistema métrico, me relaciono con mi aspecto externo **por medio** del espejo, me relaciono con mi aspecto interno **por medio** de un ejercicio de meditación, me comporto en sociedad **por medio** de leyes, recuerdo a mis ancestros **por medio** de la memoria, me vinculo con el futuro **por medio** de la esperanza, me curo **por medio** de la medicina, entiendo la realidad **por medio** de mi marco de ideas, construyo mi marco de ideas **por medio** de mis experiencias y mi familia, tomo decisiones de consumo **por medio** de mis amigos, establezco relaciones de poder **por medio** de mi posición socio-económica, me emociono ante una obra de arte **por medio** de mi sensibilidad, me vinculo con el arte **por medio** del lugar donde vivo, y así hasta el infinito.

Y por supuesto todas estas constantes mediaciones y muchas más no se dan en solitario, porque el pensamiento propio está mediado por previos pensamientos ajenos, las conductas propias están mediadas por conductas ajenas, los valores propios están mediados por valores ajenos, por eso es que podemos decir que “nadie piensa en solitario”, siempre estamos en relación con lo ya pensado por otros y sobre lo cual agregamos lo propio.

Básicamente existen dos tipos de mediaciones, las llamadas innatas y las históricas.³

Las **mediaciones innatas** son las que no están sometidas a cambios sino que acompañan a la totalidad de los humanos desde siempre, por ejemplo: capacidad de reconocer y generar símbolos, facultad lingüística, el juego, la imaginación, la percepción del tiempo y el espacio, el imaginario colectivo⁴, la memoria, la narración, la esperanza, lo sagrado, lo trascendente, la socialización.

Las **mediaciones históricas** son las generadas por la cultura, dependen del tiempo y el espacio geográfico de cada sociedad y están condicionadas por las mediaciones innatas. Aquí encontramos a las tecnologías como la escritura, el libro, la imprenta, la televisión, Internet, las convenciones icónicas (visuales), las modas, los estilos. El hombre es un hacedor de tecnologías (mediadores), es un *Homo Faber* permanente, y la comunicación es una práctica atravesada desde siempre y de manera sostenida por dispositivos, desde la escritura a la campana, de la imprenta a la computadora.

Este Ecosistema Comunicativo cuenta actualmente con la clara hegemonía de la comunicación visual (comunicación icónica) por sobre la comunicación tipográfica (comunicación escrita); porque nuestras experiencias hoy se ligan claramente más a una imagen que a una palabra.

La existencia de este Ecosistema Comunicativo hace que debamos concebir la vida cotidiana como parte de una cultura comunicacional, incluyendo todo lo que realizamos diariamente ya sea como individuos o como parte de una sociedad.

Como manifiesta el sociólogo español Manuel Castells, lo que está cambiando en nuestro tiempo es la capacidad de utilizar productivamente, en base al avance tecnológico, lo que siempre ha sido la cualidad distintiva del ser humano: el procesar símbolos.

Procesar símbolos es lo que esencialmente hace cualquier ser humano cuando habla, cuando piensa, cuando escribe, cuando diseña, cuando mira televisión, cuando juega, cuando sueña y en casi todas sus actividades cotidianas, vivimos procesando símbolos, somos **animales simbólicos**.

Lo que sucede en el siglo XXI es que esa capacidad de procesar símbolos ha sido potenciada de modo exponencial por la tecnología y aplicada a la generación de riqueza a partir del uso de las comunicaciones a distancia o de los aparatos cibernéticos. Así por medio del procesamiento de información (símbolos) se hacen transacciones comerciales, se producen bienes destinados al ocio y el entretenimiento, se robotizan las fábricas, se ama, se intercambia, se interrelaciona todo el planeta.

Por esta razón es que los mediadores tecnológicos de la Comunicación deben ser entendidos no como meros dispositivos para comunicarse sino como nuevas formas de percibir la realidad y nuevos lenguajes, producto de nuevas sensibilidades y nuevas escrituras.

Cada vez más las fronteras entre saber e información, entre saber experto y experiencia personal, se van volviendo más tenues, más difusas, porque al compartir todos el mismo ecosistema de

³ Duch, L. y Chillón, A., Un Ser de Mediaciones. Antropología de la Comunicación Vol. I. Ed. Herder, Madrid, 2012.

⁴ El concepto de “imaginario” es utilizado en ciencias sociales para indicar la mentalidad, la cosmovisión o la conciencia de un hombre o de un conjunto de personas que comparten esa misma forma de mirar la realidad.

comunicación las fuentes del conocimiento se van des-concentrando de su centro de difusión, por ejemplo la escuela, y se van dispersando, y hoy ya no solo en las entidades educativas es posible aprender y no solamente la cultura del libro es la única legítima transmisora de conocimientos.

El saber circula, no se estaciona en ningún instituto especializado, sino que se atreve a mezclarse con el mundo de la experiencia. Nunca en la historia de la humanidad ha circulado tan libremente el conocimiento como en nuestro tiempo, ya no se encuentra encerrado en lugares sagrados o establecidos para su acceso. Ni la escuela es ya el único lugar del conocimiento ni los docentes los exclusivos poseedores del saber.

En el siglo pasado la comunicación, entendida como transmisión de valores y de símbolos para dar forma a un modo de vivir, tenía clara referencia en la familia y en la escuela; en nuestro siglo se ha insertado un poderoso tercer protagonista: los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías.

Existe aquí un problema que debemos comprender y es que la escuela, antes el centro exclusivo de transmisión de conocimiento, y la familia como difusora de valores y socialización, hoy deben competir en ese aspecto con el centro neurálgico del Ecosistema Comunicativo que son los medios de comunicación, esencialmente los medios audiovisuales. En este marco la escuela debe dejar esa tradicional actitud defensiva de considerarse atacada y por ende rechazar a los medios y las tecnologías como “malos”, para encarar una nueva etapa de búsqueda de inclusión e intercambio con esos otros saberes que ya han dejado de pertenecer solo a la escuela y que son parte del intercambio fluido de la comunicación en nuestra sociedad.

Y una de las razones de la pérdida de centralidad de la escuela en la difusión de saberes radica en que tradicionalmente la escuela ha estado unida al uso de la palabra y un importante factor de cambio de las nuevas sensibilidades que genera el Ecosistema Comunicativo es que la escritura y el discurso lineal elaborado por la razón está dejando de ser la forma de comunicación más aceptada en Occidente, ya no es la palabra el casi monopolio y más importante elemento que adoptan nuestras formas de comunicación, con la aparición protagónica del mundo audiovisual las palabras han comenzado a retroceder y pasa a compartir espacio con la emoción propia del lenguaje de las imágenes.

Este ecosistema comunicativo ha cambiado la cultura, estamos dentro de la Cultura de la Imagen, un modo de vivir inmerso en un ecosistema de símbolos mediados a través de pantallas, por las emisiones televisivas, por las películas de cine, por las filmaciones de video, por los celulares, por los videojuegos, por los portales de internet, por la publicidad y el marketing.

Vivimos en lo que el pensador francés Guy Debord llamó “la sociedad del espectáculo”, pero no le dio ese nombre porque seamos una sociedad bombardeada por una sucesión de imágenes espectaculares, sino porque vivimos en permanentes relaciones sociales entre personas mediatizadas a través de imágenes. De nuevo, no es la cosa (imagen) lo importante sino las consecuencias que se derivan de la existencia de esa cosa (relación con las imágenes).

El encuentro y entrelazamiento de palabras e imágenes en la comunicación de nuestro tiempo dentro de este Ecosistema Comunicativo, no solamente ha multiplicado y hecho más densa la red de informaciones y comunicaciones en base a la tecnología sino que ha modificado las formas de

sentir y entender el mundo, ha modificado las formas y el fondo, ha transformado las visiones y las sensibilidades. Estamos frente a lo que Walter Benjamin llamó **nuevo sensorium**, es decir nuevos modos de sentir y percibir la realidad, de oír y de ver nuestro alrededor, que ha modificado el *sensorium* con el cual la humanidad se manejó durante el siglo pasado.

Reflexionemos en base a la siguiente frase del sociólogo francés Marc Augé

“La verdad es que la imagen no es lo único que ha cambiado. Lo que ha cambiado, más exactamente, son las condiciones de circulación entre lo imaginario individual (por ejemplo, los sueños), lo imaginario colectivo (por ejemplo, el mito), y la ficción (literaria o artística). Tal vez sean las maneras de viajar, de mirar, de encontrarse las que han cambiado, lo cual confirma la hipótesis según la cual la relación global de los seres humanos con lo real se modifica por el efecto de representaciones asociadas con las tecnologías, con la globalización y con la aceleración de la historia”.

Expliquemos esta frase.

El concepto de “imaginario” es utilizado en ciencias sociales para indicar la mentalidad, la cosmovisión o la conciencia de un hombre o de un conjunto de personas que comparten esa misma forma de mirar la realidad. El *imaginario social* es lo que mantiene unida a una sociedad bajo una misma forma de pensar y sentir.

Uno de los componentes fundamentales del Imaginario Social son los mitos. Por ejemplo el mito de que los jóvenes son revoltosos y rebeldes, o que las mujeres son más débiles que los hombres o que los disciplinados son más estudiosos, o que el nosotros es más valioso que el ellos. Al formar parte del imaginario social los mitos organizan el comportamiento de los grupos, porque se consideran “naturales”, perdiéndose de vista que ese imaginario, que esos mitos, son construcciones socioculturales. Por eso para cambiar esos mitos del imaginario debe primero modificarse las prácticas sociales, y eso es lo que ha pasado con los cambios operados en la comunicación y sus prácticas.

Si el imaginario es un conjunto de significaciones que permiten organizar la realidad y hace que los miembros de una sociedad coincidan y acepten una serie de premisas (mitos), ese imaginario afecta nuestras emociones y nuestros deseos.

Por eso nuestro imaginario está cambiando respecto al entendimiento del rol de la mujer en la sociedad a partir de su total integración al funcionamiento económico de la comunidad, o de incluir a la imaginación y sensibilidad como parte de la inteligencia de las personas en un mundo que valoriza la creatividad, o nuestra relación con el cuerpo cuya visión colectiva ha cambiado a partir de la modificación de las prácticas sociales, a la ampliación de libertades, al predominio de lo visual y la valorización del placer.

Por eso al cambiar la práctica social de la comunicación se ha modificado el imaginario social o personal y eso es lo que nos dice Augé, y es que en medio de este Ecosistema Comunicativo marcado por la ruptura del monopolio de la palabra y de la racionalidad en base a las novedades de la circulación de saberes y la imagen, se han modificado también las formas personales y

sociales de ver el presente y el futuro, los sueños personales y los mitos sociales, las creaciones culturales, las formas de ver y de vincularse entre los seres humanos.

Lo que ha cambiado es mucho más que una forma de comunicarse entre las personas, porque la centralidad del acto de comunicación en la naturaleza humana es tan importante que hace que ese cambio se haya convertido en una profunda transformación general de nuestro *sensorium*, de nuestra visión del mundo. El Ecosistema Comunicativo es totalmente distinto al de nuestros abuelos o nuestros padres, del mismo modo la visión del mundo de nuestro siglo XXI difiere sustancialmente de la que tenían las generaciones que nos anteceden.

Los modos de la Comunicación

Cuando se habla de comunicación se habla de transmitir mensajes y el modo básico de comunicación es el lenguaje.

Cuando dos personas entablan un diálogo se comunican, pero ninguna de esas personas inventó ese lenguaje ya que es parte de su cultura, estaba allí antes de esas personas y estará después, el lenguaje es una herramienta social, pertenece a la sociedad. Pero el lenguaje verbal no es el único modo de comunicarse, otro modo es el lenguaje escrito.

El alfabeto es la primitiva codificación generada por los pueblos necesitados de interrelación comercial y logran con la escritura una serie de signos comunes para intercambiar mensajes.

En la comunicación, además de la palabra hablada y escrita por medio de códigos lingüísticos, se ejerce también a través de un tercer modo comunicativo, que es el gesto.

Cada gesto es comprendido como un signo poseedor de un significado que debe captarse anticipatoriamente, un significado cuyo código es compartido por personas de una misma cultura, por eso los gestos también son construcciones sociales. Un gesto de afecto en nuestra cultura, como un beso en la mejilla, puede ser mal interpretado en una cultura diferente que no maneja el mismo código común para ese gesto.

Existe finalmente un cuarto modo básico que se ha convertido en nuestro tiempo y nuestro siglo en el modo de comunicación fundamental y cada vez más utilizado, que es el de la imagen.

El espacio comunicacional de la imagen es tan abarcativo y denso en nuestro tiempo que el ámbito cultural del siglo XXI ha tomado el nombre de videosfera (esfera cultural de la imagen). Este modo de comunicación es seguramente el menos limitado ya que atraviesa todas las culturas al ser una representación comprensible en todas o casi todas las sociedades del mismo modo. Esta universalidad del lenguaje de imágenes se puede verificar en las señales que suelen verse en las ciudades o en las rutas, que pueden ser interpretadas por personas que hablen distintas lenguas.

Estos cuatro modos de comunicación tienen un denominador común: la **INTENCIONALIDAD**.

La gente se comunica por un fin determinado, por alguna razón prefijada.

Es en el factor intencional en donde se encuentra la necesidad de pensar en develar el significado de la comunicación, ya sean los factores personales como los elementos políticos y económicos que intervienen en el juego de intereses de la comunicación.⁵

El filósofo Fredric Nietzsche considera al lenguaje como una relación de dominio, comunicarse es para este pensador “extender el propio poder sobre los otros”, y frente al descenso progresivo de la violencia corporal se da un incremento del uso de la palabra como elemento de poder en su lugar.

Si existe una intención cuando se formula una comunicación necesariamente debe existir un objetivo, y para cumplir objetivos se requiere elaborar estrategias para lograrlo. Todos, de manera consciente o no, elaboramos un plan de comunicación antes de comunicarnos, sea a través de palabras u otro modo, no nos comunicamos de manera súbita, al menos no solemos hacerlo.

Toda comunicación tiene objetivos, esencialmente tres: anticipar, modificar e interactuar; y cada uno de estos objetivos requieren de estrategias específicas para alcanzarlos.

1. Anticipar

La comunicación lingüística reviste siempre un carácter anticipatorio.

Jugar a entender por anticipado lo que nos va comunicando nuestro interlocutor, ejercer lo que se llama la facultad de "la empatía", es uno de los objetivos esenciales de la comunicación. Empatía es la capacidad de anticipar comportamientos ajenos, y constituye un factor fundamental para el proceso de socialización humano ya que no hay relación social posible sin la existencia de la “empatía” como vínculo.

La comunicación se mueve pues como un juego de ajedrez en el que los buenos jugadores pueden prever todos los movimientos hasta el final de la partida; con la importante diferencia de que el ajedrez se juega con reglas cerradas mientras que el fenómeno de la comunicación es un proceso abierto, más azaroso, y por ende con menores posibilidades de anticipación.

Un factor importante es que el Otro se vuelve menos amenazante cuando logramos tener una anticipación posible sobre su comportamiento, cuando tenemos empatía con él.

2. Modificar

La comunicación, además de anticipar, tiende a modificar las actitudes ajenas, ya que el lenguaje es siempre lenguaje para la acción. Cuando pido algo a otro intento modificar su conducta para lograrlo, lo mismo pasa con una sonrisa que también intenta modificar la conducta del otro.

La intención por modificar una conducta puede lograrse por medio de la PERSUASIÓN (estrategia clásica del siglo XX) o por medio de la SEDUCCIÓN (estrategia típica de nuestro tiempo).

La persuasión es un proceso racional de profundización de conceptos los cuáles adquieren una permanencia sostenida en el tiempo y de difícil transformación, mientras que la seducción es un

⁵ Aunque hay quienes que consideran que puede producirse Comunicación sin intencionalidad, sin que el emisor sea conciente de la existencia de un receptor, pero que sin embargo produce en este último cambios y modificaciones

proceso esencialmente emotivo de mayor superficialidad y por ende de menor permanencia temporal, con mayor tendencia al cambio.

3. Interactuar

El tercero de los objetivos de la comunicación es la interacción, la asunción recíproca del rol del Otro, tomar imaginariamente el lugar del Otro. Juego de empatías, juego de socialización. Es sin duda el concepto aglutinante del fenómeno comunicativo, el que está presente en cada perspectiva y en cada abordaje de esta práctica.

CULTURA⁶

Terry Eagleton

El concepto "Cultura" ha tenido habitualmente cuatro acepciones centrales:

1. Conjunto de obras artísticas e intelectuales
2. Proceso de desarrollo espiritual e intelectual
3. Valores, costumbres, tendencias, creencias y prácticas simbólicas
4. Una forma de vida

La idea de forma de vida no se remite solamente a la particularidad de una cultura porque lo que sea típico no necesariamente es privativo de una sola cultura.

La idea de cultura como forma de vida quizás sea demasiado amplia, por eso aparece un complemento con la idea de "civilización". Así la cocina, el arte, y la actitud hacia la sexualidad forman parte de la cultura mientras que los sistemas de transporte y de iluminación corresponderían a la civilización.

En algún sentido cultura y civilización significaban lo mismo pero la modernidad los ha ido separando y a considerarlos más opuestos que complementarios. Así los buzones forman parte de la civilización pero el color en que están. Pintados es una cuestión cultural.

La cultura desde este perfil sería menos lo que hacemos que cómo lo hacemos. De esta manera cultura policial no es tanto el bastón o las armas que portan como la predisposición que la fuerza policial tiene para utilizarlas y contra quien.

Prejuicios posmodernos

Para los pensadores posmodernos el florecimiento de una multiplicidad de culturas es un valor. Pero en verdad la diversidad no es necesariamente un valor, no siempre cincuenta es mejor que uno, por ejemplo no lo es cuando se trata de partidos que militan el racismo, y tampoco nadie necesita 50 marcas diferentes de shampoo.

Muchas veces hace más falta la solidaridad, entendida como unidad, que la diversidad.

Pero la posmodernidad tiene una relación de rechazo a las formas de unidad, por lo tanto tiene una tendencia a celebrar las formas de lo diverso.

Pero la solidaridad colectiva no significa borrar diferencias, aunque haya diferencias que merecen ser borradas como las diferencias materiales entre pobres y banqueros por ejemplo.

Otro ejemplo poco edificante de diversidad es que mientras unos piensen que hay que recibir al inmigrante con bondad y otros piensen que hay que arrojarlos al mar (o interponerles un muro).

Hay que tener en claro que una opinión no es merecedora de respeto por el mero hecho de que alguien la sostenga.

⁶Resumen de Eagleton Terry, Cultura. Taurus, 2017, Buenos Aires.

La exclusión no es mala por principio, excluir a las mujeres de conducir automóviles es malo pero no lo sería tanto excluir a los docentes fascistas del cuerpo de profesores.

Tampoco cualquier minoría es encomiable, la minoría dominante por ejemplo suele no serlo.

Hay veces que la diversidad es muy positiva, pero no siempre, y aún así la mayor parte de los teóricos culturales creen que la diversidad es un avance en las formas de vida, y aún más, la hibridación sería una superación de la diversidad.⁷

Particularmente el modo de producción capitalista es sumamente rico en hibridaciones, acepta la diversidad, la heterogeneidad y la inclusión, porque nada es más generosamente inclusivo que la mercancía que no desprecia a nadie ni por raza, ni por religión ni por sexo, siempre que ese alguien tenga con qué comprarla.

El capitalismo desprecia las jerarquías porque el objetivo es que todo el mundo esté incluido en el proceso de consumo. El único al que excluye es a quien pudiera promover su debilitamiento.

El discurso culturalista ha permitido ganar interés en cuestiones como el pluralismo, la diferencia, la diversidad y la exclusión pero también ha servido para desviar la atención de cuestiones más materiales como es el capitalismo mismo.

La sociedad capitalista arroja a gran parte de su población a la marginación pero muestra especial cuidado en no herir sus convicciones. Nos preocupamos en respetar la diferencia de cultural de unos y otros pero en lo económico la diferencia entre los componentes de los bancos de medicamentos y los bancos de inversión no deja de crecer.

El culto a la inclusión suele servir para ocultar las diferencias materiales.

La cultura no reconoce jerarquías pero la escuela está plagada de ellas, y existen leyes que prohíben insultar a una persona por su color pero no prohíbe insultar a un pobre.

Desde los 80 los posmodernos abrazaron la *teoría del culturalismo* según la cual la cultura es decisiva en todos los asuntos humanos, de este modo los problemas políticos y económicos fueron reformulados como problemas culturales.

El *culturalismo* aplaude las diferencias pero huye de los conflictos que esas diferencias promueven.

El mundo posindustrial se vale de lo mutable, lo provisional, lo desechable, y en este aspecto la cultura se la considera adaptable a este tipo de modelo, omitiendo que el sistema cultural es sumamente terco a los cambios, hecho demostrado por la dureza con la que el sexismo se resiste en desaparecer.

El culturalismo posmoderno considera todo como cultural, y este relativismo elude la idea de la existencia de ciertos valores universales y entonces en pos de respeto a la particularidad de una cultura es que en lugar de condenar la ablación del clítoris por ciertas culturas debiéramos tratar de entenderla. Es cierto que los cultores del relativismo cultural lo hacen por una perspectiva de respeto por la posición del otro y eludiendo

⁷ Hibridación se le llama a un proceso de mestizaje cultural, en el que una cultura se reconfigura tomando en cuenta elementos de otras culturas.

ponerse en una posición de jerarquía, pero esta postura genera contradicciones profundas.

El inconsciente social

El inconsciente social es un reservorio de instintos, prejuicios, creencias, sentimientos, opiniones, y otras posturas que subyacen a nuestras prácticas y que nunca cuestionamos.

Ese inconsciente social es a lo que nos referimos con cultura.

Pero la cultura no siempre es instrumento del poder, puede también ser utilizada como resistencia al poder.

Para Edmund Burke la cultura podría ser útil para construir poder o para oponerse al poder, por eso fue un instrumento del nazismo y de los pueblos oprimidos de Asia. El anticolonialismo representa la revolución norteamericana contra Inglaterra y la resistencia de los pueblos oprimidos por los norteamericanos.

Burke sostiene que la cultura es el sedimento en el que el poder se arraiga, por eso las maneras son más importantes que las leyes para el poder, las maneras son las que nos indignan y escandalizan, son las que nos elevan o degradan. Y cuando Burke habla de maneras no se refiere a normas de conducta sino a costumbres y convicciones arraigadas culturalmente.

Una vez que el poder se ha disuelto en la cultura, en nuestro comportamiento cotidiano, podemos estar totalmente desapercibidos de sus instrumentos de coerción, y nos someteremos a ellos sin que sea necesario que se evidencien.

La cultura es la que endulza la autoridad y la hace tolerables, por lo cual el poder utiliza a la cultura para no aparecer intimidante. Todo poder debe encandilar los sentidos, alimentar las ficciones, porque la gente no requiere de la verdad, sino de consuelo por medio de símbolos y ceremonias.

La cultura para Burke es un proceso de lenta transformación, es un sistema resistente al cambio abrupto; pero así también la cultura puede alimentar revoluciones cuando el poder decide negar las costumbres seculares de un pueblo.

Otro pensador del siglo XIX, como Herder no cree en el Progreso indefinido de la Ilustración sino que cada cultura tiene su propio ritmo, tiene una idea plural del progreso en la que nos existe una única teleología, una única finalidad para ese progreso.

Para Herder imaginar un lenguaje es imaginar una forma de vida, cada lenguaje expresa la visión particular del mundo de parte de un pueblo específico. Por eso cuando se impone una lengua a un pueblo se lo somete a romper sus vínculos con su pasado más profundo.

La versión posmoderna es que el capitalismo industrial ha virado al capitalismo cultural donde ocupan una posición central las llamadas industrias creativas, con su empuje tecnológico, sus imágenes, los signos, las marcas, el espectáculo y el marketing, creando formas, estilos de vida, formas estéticas del capitalismo que pasan de lo material a lo inmaterial.

El verdadero significado es que el capitalismo ha incorporado a la cultura a sus propios fines materiales, y no que haya sido el capitalismo el que cayó en las redes del disfrute, la estética y el placer.

Un ejemplo de esta absorción de la cultura por parte del sistema capitalista lo son las universidades que pasaron de ser centros de crítica humana para convertirse en arietes del sistema capitalista en la búsqueda de alcanzar mayores beneficios. Se han convertido en órganos de formación del mercado.

El capitalismo en todas sus formas, y especialmente en su mutación cultural, siempre ha preferido mantenerse en las sombras y el anonimato, pero las crisis neoliberales de las finanzas lo han puesto desnudo en primer plano.

El capitalismo neoliberal intenta preservar la desigualdad al mismo tiempo que descrea de las jerarquías, ya no es necesario demostrar la inferioridad cultural de un pueblo para someterlo, puede incluso respetar sus particularidades si eso le permite mantener las desigualdades entre los ganadores y los perdedores, por eso no importa nada si los norteamericanos se consideran culturalmente superiores a los afganos o no.

Desde el punto de vista cultural estamos frente a un capitalismo neoliberal cuya principal razón no es la jerarquía sino la hibridez, la mezcla, la fusión, la multiplicidad; mientras las distancias entre los que más tienen y los que tienen menos alcanza cotas nunca antes registradas.

El problema es que los culturalistas se ocupan de lo primero y descartan el análisis de lo segundo.

El ámbito del consumo incluye a todos los que quieran participar, pero el de la producción permanece estrictamente estratificado.

Si bien resulta positivo acabar con las jerarquías culturales esto no se debe a un genuino espíritu democrático sino a una búsqueda insaciable de ampliar los mercados de consumo. La mercancía se entrega a todo aquel que tenga dinero para comprarla.

Por primera vez en su historia la especie humana está en posibilidad de volverse totalmente híbrida y esto se debe a que el sistema capitalista compra la fuerza de trabajo a quienes esté dispuesta a venderla y allí donde se encuentre sin importar su origen.

La política cultural de hoy nos habla de identidad, de género, de diversidad y de opresión, pero mucho menos se refiere al rol del Estado, la propiedad, la lucha de clases, la ideología y la explotación, alejándose de ese modo de las posibilidades de aportar a un cambio fundamental.

HIPERCULTURALIDAD

Byung-Chul Han ⁸

HIPERTEXTO E HIPERCULTURA

El creador del hipertexto, Ted Nelson, observa que no se trata meramente de un texto digital, el mundo es hipertextual.

Todo se encuentra vinculado y conectado con todo, no existen entidades aisladas, ni cuerpo ni pensamiento siguen un formato lineal. Ni siquiera nuestros pensamientos son secuenciales.

La estructura es la red y aunque parezca caótica no lo es.

Las estructuras jerárquicas y secuenciales son fruto de la coacción, y la red rompe esas coacciones, es más libre, no tiene centro.

La cultura de hoy pierde esa linealidad, va perdiendo su sentido teológico o teleológico, no aparece una unidad con sentido, la cultura se libera de sus limitaciones y se abre paso a la forma de la hipercultura.

La globalización genera su efecto y los diversos contenidos culturales se agolpan unos con otros. Se yuxtaponen factores diversos, no solo en lo espacial sino también diversos en lo temporal.

Es la forma de lo hiper, y no de lo trans, lo multi o lo ínter reflejan el fenómeno actual, en el que las culturas implosionan y conforman la hipercultura.

La hipercultura es más cultura. La cultura es liberada de la sangre y del suelo, de los códigos biológicos que la limitan.

La hipercultura libre de Dios, de la tierra, comenzará a generar resistencias, remite a muchos al trauma de la pérdida, al punto que en el futuro está pérdida se traducirá en un fundamentalismo del lugar.

EL EROS DE LA CONEXIÓN

Vilém Flusser aborda la cuestión del tiempo en la sociedad de la información y distingue tres tipos de tiempo:

El tiempo de la imagen (el de la superficie): es el tiempo mítico, con un orden preciso, cada cosa en su lugar.

El tiempo del libro (el lineal): es el tiempo histórico, marcado por la sucesión que lleva a la decadencia o al progreso.

El tiempo del bit (el puntual): hoy no hay tiempo mítico ni histórico, sin teología y sin teleología. Es un universo mosaico que se expresa como puntos, como átomo. Este tiempo parece mostrar una mayor libertad, porque el futuro está donde quiera que esté.

Flusser dice que las posibilidades se amplían cuando incluyo al otro en mi tiempo, cuando lo reconozco.

⁸ Han, Byung-Chul, Hiperculturalidad. Cultura y Globalización. Herder Ed., Buenos Aires, 2018

La conectividad creciente genera un cúmulo de relaciones, estamos “proyectados” al mundo. Prevalece el lema de Microsoft: “¿A dónde querés ir hoy?”.

Somos turistas hiperculturales que no necesitamos viajar para hacer turismo, el turista hipercultural en su propia casa es turista, ya que estando aquí se encuentra allá, no llega a ninguna parte de manera definitiva.

COMIDA FUSIÓN

La hipercultura no es monocultura, por el contrario, a través de una conexión globalizada, una cantidad de vidas diferentes, que se expanden y se renuevan, que incluye también formas culturales del pasado pero deshistorizadas.

La hipercultura acaba con la Historia.

Palabras como “Cultura Mc Donald” o “Cultura Coca-Cola” no representan la dinámica real de la cultura actual ya que en el mundo debe haber más restorans chinos que Mc Donalds.

Incluso de Estados Unidos surgen más ideas como la comida-fusión que la comida-chatarra.

La cocina fusión no es la mezcla caótica de productos, sino crear nuevas formas con productos distintos, que incluso se contraponen con ideas fuerza de hoy como la eficiencia o la previsibilidad, porque la cultura no obedece al logo.

CULTURA HÍBRIDA

La idea de cultura híbrida es la de una cultura impura, como la que Herder caracterizada para la cultura europea conformada por elementos griegos, árabes y romanos.

Es una cultura que produce nuevas formas.

Según Bhabha la hibridez significa que las voces de otros, de los extraños, están siempre presentes en lo propio, considera que se trata de una fuerza subversiva dirigida contra el orden dominante.

HIFANIZACIÓN DE LA CULTURA

La hipercultura es más abierta y adialéctica que la cultura híbrida de Bhabha, por eso la estructura rizomática de Deleuze se presta más claramente a la idea de hipercultura.

El rizoma es una multiplicidad descentrada no sometida a un orden.

La cultura nacional es arborescente basada en una raíz se opone a lo rizomático propio de la hipercultura, que va más allá de lo inter(cultural) y de lo trans(cultural).

El rizoma tiene como lógica la estructura conjuntiva “y...y...y...”, es una “y” adialéctica y amigable.

EL PEREGRINO Y EL TURISTA

Bauman considera al peregrino como la imagen del hombre moderno, que recorre el mundo como si estuviera desierto, otorgando forma a lo amorfo y haciendo de lo fragmentario una totalidad.

El viaje del peregrino es una vida en relación a proyectos, direccionado, continuo, debe ser ordenado, previsible.

Pero, ¿es el peregrino el verdadero exponente del hombre moderno? El peregrino es un extranjero en este mundo, se encuentra en camino hacia un allí particular; pero el andar del peregrino es incierto e inseguro, y la modernidad en cambio se caracteriza por el camino recto y ordenado.

El peregrino sería entonces una figura pre-moderna.

Si bien los primeros turistas tenían el andar del peregrino en la hiperculturalidad aparece un turista distinto, el turista de la hipercultura no está en camino hacia un mundo alternativo, hacia un allí. Habita un espacio que es enteramente “aquí”, el espacio hipercultural del “allí” es otro “aquí”.

El turista hipercultural se mueve de un aquí a otro aquí, la hiperculturalidad es una cultura del estar-aquí. No vive en el futuro, habita el presente permanente.

La globalización no relaciona el aquí con el allí, sino que produce un aquí global que desespacializa el allí.

El turista vive un Cool-Tour.

WINDOWS Y MÓNADAS

La producción de un orden lineal jerárquico se basa, según Ted Nelson, en una coacción, el lector de un libro se debe someter a un orden preestablecido por el autor, y el lector se entrega a una lectura pasiva, a diferencia del hipertexto que ofrece una lectura alternativa, con múltiples posibilidades de elección.

Es una lectura activa, en la que el lector sigue sus propios intereses y tendencias.

IDENTIDAD HIPERCULTURAL

Hoy las relaciones que generan sentido e identidad desaparecen, en un mundo fragmentado y pluralizado.

No existe más aquel tiempo colmado, alimentado por esa estructura de pasado-presente-futuro, o sea una historia, una narración.

Es un tiempo del punto y del acontecimiento que sin horizonte no es capaz de acarrear mucho sentido.

Esta situación si bien genera una crisis narrativa, admite una nueva práctica de libertad, el horizonte se descompone en opciones diversas que pueden constituir identidades.

En lugar de un Yo-Monocromático emerge un Yo-Multicolor.

La hipercultura no genera una masa cultural uniforme, una cultura única, por el contrario provoca una creciente individualización.

INTERCULTURALIDAD, MULTICULTURALIDAD Y TRANSCULTURALIDAD

La Interculturalidad pone a las culturas a dialogar.

La multiculturalidad propone la integración o tolerancia entre culturas, que no deja mucho lugar a la comprensión.

Según la escritura china la palabra “hombre” no es una sustancia, sino una relación, por lo cual características occidentales como intersubjetividad están ausentes, porque más que un “inter” el hombre es un “entre”. Por ello el mundo es antes una red que un ser.

Por eso Oriente es más un espacio de hiperculturalidad que de multiculturalidad.

Frente al carácter dialógico de la interculturalidad, la transculturalidad se asocia a lo transgresor, es un proceso de transgresión de una unidad cultural hacia otra.

La hiperculturalidad no conoce el cruzar fronteras, porque es la yuxtaposición sin distancia de diferentes culturas, y en ese hipermercado de culturas uno camina, no migra.

Diferentes características, sonidos, aromas culturales que se han desprendido de su origen se ofrecen en el espacio hipercultural.

Caminar no es parte de la hiperculturalidad, el turista hipercultural ya ha arribado para siempre.

Por eso ni el trans, ni el inter, ni el multi, sino el hiper caracteriza a la cultura de hoy.

Aquellas culturas que debieran ser trans o inter son acercadas sin espacio en una hipercultura.

La hipercultura tiene pocos datos y recuerdos de su procedencia, se trata de un hipertexto cultural. Es la cercanía de la yuxtaposición su marca.

APROPIACIÓN

Hoy está muy presente el paradigma de lo “otro”, de lo “completamente otro”.

Desde entonces la apropiación se entiende como un factor negativo que reduce lo otro a lo propio.

Pero la apropiación es un elemento muy propio de la hipercultura, es una cultura de apropiación intensiva, ya que solo un idiota podría prescindir de apropiarse, ya que el cambio radica en ello, al apropiarse uno no puede seguir igual.

El consumo es una práctica de apropiación, y el consumo se vuelve negativo cuando se hace prevalecer la interioridad del exceso de lo exterior, pero como Oriente no reconoce la interioridad, es la razón por la cual en el lejano oriente el consumo se observa de manera positiva.

SOBRE LA PAZ LARGA

Para Kant la paz no es un estado de naturaleza, el estado de naturaleza es de guerra, por eso la paz es un estado que debe ser instaurado.

Para Kant existe una tendencia natural a que esas diferencias entre las culturas que podrían generar una guerra, la naturaleza acude en ayuda como un “gran artista”, por ejemplo mediante el espíritu comercial.

CULTURA DE LA AMABILIDAD

En la sociedad multicultural vive la tolerancia, sobretudo como elemento relacionado con el sector que ostenta la idea de normalidad, ya que debe ser tolerado todo aquello que conspira contra la normalidad. La tolerancia fija el límite entre lo propio y lo otro, no son las

mayorías sino las minorías las que deben ser toleradas, son ellas lo inferior, de manera que la tolerancia solidifica las relaciones de poder.

La tolerancia termina ratificando lo propio, y por eso es como la cortesía, un rasgo de conservadorismo.

Pero a diferencia de la cortesía, la amabilidad es la falta de reglas y una amplitud de posibilidades, que abre y conecta.

EL CAMINANTE

El caminante de Nietzsche transita un mundo desteleologizado, no está camino a ninguna meta, es un homo liber que no es rehén de ningún sentido.

El nuevo viaje no tiene ninguna meta.

El caminante, sin tehos ni telos, aprende a mirar sin horizontes, a identificar lo nuevo, recorre superficies, evita el origen y lo profundo.

IDEOLOGÍA Y APARATOS IDEOLÓGICOS DEL ESTADO

Louis Althusser

ESTADO / IDEOLOGIA / REPRODUCCION / TEORIA SOCIAL

En análisis anteriores nos hemos referido circunstancialmente a la necesidad de renovar los medios de producción para que la producción sea posible. Hoy centraremos nuestra exposición en este punto.

Decía Marx que aun un niño sabe que una formación social que no reproduzca las condiciones de producción al mismo tiempo que produce, no sobrevivirá siquiera un año. Por lo tanto, la condición final de la producción es la reproducción de las condiciones de producción. Puede ser “simple” (y se limita entonces a reproducir las anteriores condiciones de producción) o “ampliada” (en cuyo caso las extiende). Dejaremos esta última distinción a un lado.

¿Qué es pues la reproducción de las condiciones de producción? Nos internamos aquí en un campo muy familiar (desde el tomo II de El Capital) pero, a la vez, singularmente ignorado. Las tenaces evidencias (evidencias ideológicas de tipo empirista) ofrecidas por el punto de vista de la mera producción e incluso de la simple práctica productiva (abstracta ella misma con respecto al proceso de producción) se incorporan de tal modo a nuestra conciencia cotidiana que es sumamente difícil, por no decir casi imposible, elevarse hasta el punto de vista de la reproducción. Sin embargo, cuando no se adopta tal punto de vista todo resulta abstracto y deformado (más que parcial), aun en el nivel de la producción y, con mayor razón todavía, en el de la simple práctica.

Intentaremos examinar las cosas metódicamente.

Para simplificar nuestra exposición, y considerando que toda formación social depende de un modo de producción dominante, podemos decir que el proceso de producción emplea las fuerzas productivas existentes en y bajo relaciones de producción definidas.

De donde resulta que, para existir, toda formación social, al mismo tiempo que produce y para poder producir, debe reproducir las condiciones de su producción. Debe, pues, reproducir:

- 1) las fuerzas productivas
- 2) las relaciones de producción existentes.

Reproducción de los medios de producción

Desde que Marx lo demostró en el tomo II de El Capital, todo el mundo reconoce (incluso los economistas burgueses que trabajaban en la contabilidad nacional, o los modernos teóricos “macroeconomistas”) que no hay producción posible si no se asegura la reproducción de las condiciones materiales de la producción: la reproducción de los medios de producción.

Cualquier economista (que en esto no se diferencia de cualquier capitalista) sabe que todos los años es necesario prever la reposición de lo que se agota o gasta en la producción: materia prima, instalaciones fijas (edificios), instrumentos de producción(máquinas), etc. Decimos: un economista cualquiera = un capitalista cualquiera, en cuanto ambos expresan el punto de vista de la empresa y se contentan con comentar lisa y llanamente los términos de la práctica contable de la empresa.

Pero sabemos, gracias al genio de Quesnay —que fue el primero que planteó ese problema que “salta a la vista”— y al genio de Marx —que lo resolvió—, que la reproducción de las condiciones materiales de la producción no puede ser pensada a nivel de la empresa pues no es allí donde se da en sus condiciones reales. Lo que sucede en el nivel de la empresa es un efecto, que sólo da la idea de la necesidad de la reproducción, pero que no permite en absoluto pensar las condiciones y los mecanismos de la misma.

Basta reflexionar un solo instante para convencerse: el señor X, capitalista, que produce telas de lana en su hilandería, debe “reproducir” su materia prima, sus máquinas, etc. Pero quien las produce para su producción no es él sino otros capitalistas: el señor Y, un gran criador de ovejas de Australia; el señor Z, gran industrial metalúrgico, productor de máquinas-herramienta, etc., etc., quienes, para producir esos productos que condicionan la reproducción de las condiciones de producción del señor X, deben a su vez reproducir las condiciones de su propia producción, y así hasta el infinito: todo ello en tales proporciones que en el mercado nacional (cuando no en el mercado mundial) la demanda de medios de producción (para la reproducción) pueda ser satisfecha por la oferta.

Para pensar este mecanismo que desemboca en una especie de “hilo sin fin” es necesario seguir la trayectoria “global” de Marx, y estudiar especialmente en los tomos II y III de *El Capital*, las relaciones de circulación de capital entre el Sector I (producción de los medios de producción) y el Sector II (producción de los medios de consumo), y la realización de la plusvalía.

No entraremos a analizar esta cuestión, pues nos basta con haber mencionado que existe la necesidad de reproducir las condiciones materiales de la producción.

Reproducción de la fuerza de trabajo

No obstante, no habrá dejado de asombrarle al lector que nos hayamos referido a la reproducción de los medios de producción, pero no a la reproducción de las fuerzas productivas. Hemos omitido, pues, la reproducción de aquello que distingue las fuerzas productivas de los medios de producción, o sea la reproducción de la fuerza de trabajo.

Si bien la observación de lo que sucede en la empresa, especialmente el examen de la práctica financiera contable de las previsiones de amortización-inversión, podía darnos una idea aproximada de la existencia del proceso material de la reproducción, entramos ahora en un terreno en el cual la observación de lo que pasa en la empresa es casi enteramente ineficaz, y esto por una sencilla razón: la reproducción de la fuerza de trabajo se opera, en lo esencial, fuera de la empresa.

¿Cómo se asegura la reproducción de la fuerza de trabajo? Dándole a la fuerza de trabajo el medio material para que se reproduzca: el salario. El salario figura en la contabilidad de la empresa, pero no como condición de la reproducción material de la fuerza de trabajo, sino como “capital mano de obra”

Sin embargo es así como “actúa”, ya que el salario representa solamente la parte del valor producido por el gasto de la fuerza de trabajo, indispensable para su reproducción; aclaremos, indispensable para reconstituir la fuerza de trabajo del asalariado (para vivienda vestimenta y alimentación, en suma, para que esté en condiciones de volver a presentarse a la mañana siguiente —y todas las santas mañanas— a la entrada de la empresa—; y agreguemos: indispensable para criar y educar a los niños en que el proletario se reproduce (en X unidades: pudiendo ser X igual a 0, 1, 2, etc.) como fuerza de trabajo.

Recordemos que el valor (el salario) necesario para la reproducción de la fuerza de trabajo no está determinado solamente por las necesidades de un S.M.I.G.* “biológico”, sino también por las necesidades de un mínimo histórico (Marx señalaba: los obreros ingleses necesitan cerveza y los proletarios franceses, vino) y, por lo tanto, históricamente variable.

Señalemos también que este mínimo es doblemente histórico, en cuanto no está definido por las necesidades históricas de la clase obrera que la clase capitalista “reconoce” sino por las necesidades históricas impuestas por la lucha de clase proletaria (lucha de clase doble: contra el aumento de la jornada de trabajo y contra la disminución de los salarios).

Empero, no basta con asegurar a la fuerza de trabajo las condiciones materiales de su reproducción para que se reproduzca como tal. Dijimos que la fuerza de trabajo disponible debe ser “competente”, es decir apta para ser utilizada en el complejo sistema del proceso de producción. El desarrollo de las fuerzas productivas y el tipo de unidad históricamente constitutivo de esas fuerzas productivas en un momento dado determinan que la fuerza de trabajo debe ser (diversamente) calificada y por lo tanto reproducida como tal. Diversamente, o sea según las exigencias de la división social-técnica del trabajo, en sus distintos “puestos” y “empleos”.

Ahora bien, ¿cómo se asegura esta reproducción de la calificación (diversificada) de la fuerza de trabajo en el régimen capitalista? Contrariamente a lo que sucedía en las formaciones sociales esclavistas y serviles, esta reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo tiende (se trata de una ley tendencial) a asegurarse no ya “en el lugar de trabajo” (aprendizaje en la producción misma), sino, cada vez más, fuera de la producción, por medio del sistema educativo capitalista y de otras instancias e instituciones.

¿Qué se aprende en la escuela?

Es posible llegar hasta un punto más o menos avanzado de los estudios, pero de todas maneras se aprende a leer, escribir y contar, o sea algunas técnicas, y también otras cosas, incluso elementos (que pueden ser rudimentarios o por el contrario profundizados) de “cultura científica” o “literaria” utilizables directamente en los distintos puestos de la producción (una instrucción para los obreros, una para los técnicos, una tercera para los ingenieros, otra para los cuadros superiores, etc.). Se aprenden “habilidades” (savoir-faire).

Pero al mismo tiempo, y junto con esas técnicas y conocimientos, en la escuela se aprenden las “reglas” del buen uso, es decir de las conveniencias que debe observar todo agente de la división del trabajo, según el puesto que está “destinado” a ocupar: reglas de moral y de conciencia cívica y profesional, lo que significa en realidad reglas del respeto a la división social-técnica del trabajo y, en definitiva, reglas del orden establecido por la dominación de clase. Se aprende también a “hablar bien el idioma”, a “redactar” bien, lo que de hecho significa (para los futuros capitalistas y sus servidores) saber “dar órdenes”, es decir (solución ideal), “saber dirigirse” a los obreros, etcétera.

Enunciando este hecho en un lenguaje más científico, diremos que la reproducción de la fuerza de trabajo no sólo exige una reproducción de su calificación sino, al mismo tiempo, la reproducción de su sumisión a las reglas del orden establecido, es decir una reproducción de su sumisión a la ideología dominante por parte de los agentes de la explotación y la represión, a fin de que aseguren también “por la palabra” el predominio de la clase dominante.

En otros términos, la escuela (y también otras instituciones del Estado, como la Iglesia, y otros aparatos como el Ejército) enseña las “habilidades” bajo formas que aseguran el sometimiento a la ideología dominante o el dominio de su “práctica”. todos los agentes de la producción, la

explotación y la represión, sin hablar de los “profesionales de la ideología” (Marx) deben estar “compenetrados” en tal o cual carácter con esta ideología para cumplir “concienzudamente” con sus tareas, sea de explotados (los proletarios), de explotadores (los capitalistas), de auxiliares de la explotación (los cuadros), de grandes sacerdotes de la ideología dominante (sus “funcionarios”), etcétera.

La condición sine qua non de la reproducción de la fuerza de trabajo no sólo radica en la reproducción de su “calificación” sino también en la reproducción de su sometimiento a la ideología dominante, o de la “práctica” de esta ideología, debiéndose especificar que no basta decir: “no solamente sino también”, pues la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo se asegura en y bajo las formas de sometimiento ideológico, con lo que reconocemos la presencia eficaz de una nueva realidad: la ideología.

(...)

El Estado

La tradición marxista es formal: desde el Manifiesto y El 18 Brumario (y en todos los textos clásicos posteriores, ante todo el de Marx sobre La comuna de París y el de Lenin sobre El Estado y la Revolución) el Estado es concebido explícitamente como aparato represivo. El Estado es una “máquina” de represión que permite a las clases dominantes (en el siglo XIX a la clase burguesa y a la “clase” de los grandes terratenientes) asegurar su dominación sobre la clase obrera para someterla al proceso de extorsión de la plusvalía (es decir a la explotación capitalista).

El Estado es ante todo lo que los clásicos del marxismo han llamado el aparato de Estado. Se incluye en esta denominación no sólo al aparato especializado (en sentido estricto), cuya existencia y necesidad conocemos a partir de las exigencias de la práctica jurídica, a saber la policía —los tribunales— y las prisiones, sino también el ejército, que interviene directamente como fuerza represiva de apoyo (el proletariado ha pagado con su sangre esta experiencia) cuando la policía y sus cuerpos auxiliares son “desbordados por los acontecimientos”, y, por encima de este conjunto, al Jefe de Estado, al Gobierno y la administración.

Presentada en esta forma, la “teoría” marxista-leninista del Estado abarca lo esencial, y ni por un momento se pretende dudar de que allí está lo esencial. El aparato de Estado, que define a éste como fuerza de ejecución y de intervención represiva “al servicio de las clases dominantes”, en la lucha de clases librada por la burguesía y sus aliados contra el proletariado, es realmente el Estado y define perfectamente su “función” fundamental.

(...)

Lo esencial de la teoría marxista del Estado

Es necesario especificar en primer lugar un punto importante: el Estado (y su existencia dentro de su aparato) sólo tiene sentido en función del poder de Estado. Toda la lucha política de las clases gira alrededor del Estado. Aclaremos: alrededor de la posesión, es decir, de la toma y la conservación del poder de Estado por cierta clase o por una alianza de clases o de fracciones de clases. Esta primera acotación nos obliga a distinguir el poder de Estado (conservación del poder de Estado o toma del poder de Estado), objetivo de la lucha política de clases por una parte, y el aparato de Estado por la otra.

Sabemos que el aparato de Estado puede seguir en pie, como lo prueban las “revoluciones” burguesas del siglo XIX en Francia (1830, 1848), los golpes de estado (2 de diciembre de 1851, mayo de 1958), las conmociones de estado (caída del Imperio en 1870, caída de la II República en

1940), el ascenso de la pequeña-burguesía (1890-1895 en Francia), etcétera, sin que el aparato de Estado fuera afectado o modificado; puede seguir en pie bajo acontecimientos políticos que afecten a la posesión del poder de Estado.

Aun después de una revolución social como la de 1917, gran parte del aparato de Estado seguía en pie luego de la toma del poder por la alianza del proletariado y el campesinado pobre: Lenin lo repitió muchas veces.

Se puede decir que esta distinción entre poder de Estado y aparato de Estado forma parte, de manera explícita, de la “teoría marxista” del Estado desde el 18 Brumario y las Luchas de clases en Francia, de Marx.

Para resumir este aspecto de la “teoría marxista del Estado”, podemos decir que los clásicos del marxismo siempre han afirmado que: 1) el Estado es el aparato represivo de Estado; 2) se debe distinguir entre el poder de Estado y el aparato de Estado; 3) el objetivo de la lucha de clases concierne al poder de Estado y, en consecuencia, a la utilización del aparato de Estado por las clases (o alianza de clases o fracciones de clases) que tienen el poder de Estado en función de sus objetivos de clase y 4) el proletariado debe tomar el poder de Estado completamente diferente, proletario, y elaborar en las etapas posteriores un proceso radical, el de la destrucción del Estado (fin del poder de Estado y de todo aparato de Estado).

Por consiguiente, desde este punto de vista, lo que propondríamos que se agregue a la “teoría marxista” de Estado ya figura en ella con todas sus letras. Pero nos parece que esta teoría, completada así, sigue siendo todavía en parte descriptiva, aunque incluya en lo sucesivo elementos complejos y diferenciales cuyas reglas y funcionamiento no pueden comprenderse sin recurrir a una profundización teórica suplementaria.

Los aparatos ideológicos del Estado

Lo que se debe agregar a la “teoría marxista” del Estado es entonces otra cosa. Aquí debemos avanzar con prudencia en un terreno en el que los clásicos del marxismo nos precedieron hace mucho tiempo, pero sin haber sistematizado en forma teórica los decisivos progresos que sus experiencias y análisis implican. En efecto, sus experiencias y análisis permanecieron ante todo en el campo de la práctica política.

En realidad, los clásicos del marxismo, en su práctica política, han tratado al Estado como una realidad más compleja que la definición dada en la “teoría marxista del Estado” y que la definición más completa que acabamos de dar. Ellos reconocieron esta complejidad en su práctica, pero no la expresaron correspondientemente en teoría.⁷

Desearíamos tratar de esbozar muy esquemáticamente esa teoría correspondiente. Con este fin proponemos la siguiente tesis.

Para hacer progresar la teoría del Estado es indispensable tener en cuenta no sólo la distinción entre poder de Estado y aparato de Estado, sino también otra realidad que se manifiesta junto al aparato (represivo) de Estado, pero que no se confunde con él. Llamaremos a esa realidad por su concepto; los aparatos ideológicos de Estado.

¿Qué son los aparatos ideológicos de Estado (AIE)?

No se confunden con el aparato (represivo) de Estado. Recordemos que en la teoría marxista el aparato de Estado (AE) comprende: el gobierno, la administración, el ejército, la policía, los tribunales, las prisiones, etc., que constituyen lo que llamaremos desde ahora el aparato represivo

de Estado. Represivo significa que el aparato de Estado en cuestión “funciona mediante la violencia”, por lo menos en situaciones límite (pues la represión administrativa, por ejemplo, puede revestir formas no físicas).

Designamos con el nombre de aparatos ideológicos de Estado cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas. Proponemos una lista empírica de ellas, que exigirá naturalmente que sea examinada en detalle, puesta a prueba, rectificadas y reordenadas. Con todas las reservas que implica esta exigencia podemos por el momento considerar como aparatos ideológicos de Estado las instituciones siguientes (el orden en el cual los enumeramos no tiene significación especial):

- AIE religiosos (el sistema de las distintas Iglesias),
- AIE escolar (el sistema de las distintas “Escuelas”, públicas y privadas),
- AIE familiar,
- AIE jurídico,
- AIE político (el sistema político del cual forman parte los distintos partidos),
- AIE sindical,
- AIE de información (prensa, radio, T.V., etc.),
- AIE cultural (literatura, artes, deportes, etc.).

Decimos que los AIE no se confunden con el aparato (represivo) de Estado. ¿En qué consiste su diferencia?

En un primer momento podemos observar que si existe un aparato (represivo) de Estado, existe una pluralidad de aparatos ideológicos de Estado. Suponiendo que ella exista, la unidad que constituye esta pluralidad de AIE en un cuerpo no es visible inmediatamente.

En un segundo momento, podemos comprobar que mientras que el aparato (represivo) de Estado (unificado) pertenece enteramente al dominio público, la mayor parte de los aparatos ideológicos de Estado (en su aparente dispersión) provienen en cambio del dominio privado. Son privadas las Iglesias, los partidos, los sindicatos, las familias, algunas escuelas, la mayoría de los diarios, las familias, las instituciones culturales, etc., etc.

Dejemos de lado por ahora nuestra primera observación. Pero será necesario tomar en cuenta la segunda y preguntarnos con qué derecho podemos considerar como aparatos ideológicos de Estado instituciones que en su mayoría no poseen carácter público sino que son simplemente privadas. Gramsci, marxista consciente, ya había previsto esta objeción. La distinción entre lo público y lo privado es una distinción interna del derecho burgués, válida en los dominios (subordinados) donde el derecho burgués ejerce sus “poderes”. No alcanza al dominio del Estado, pues éste está “más allá del Derecho”: el Estado, que es el Estado de la clase dominante, no es ni público ni privado; por el contrario, es la condición de toda distinción entre público y privado. Digamos lo mismo partiendo esta vez de nuestros aparatos ideológicos de Estado. Poco importa si las instituciones que los materializan son “públicas” o “privadas”; lo que importa es su funcionamiento. Las instituciones privadas pueden “funcionar” perfectamente como aparatos ideológicos de Estado. Para demostrarlo bastaría analizar un poco más cualquiera de los AIE.

Pero vayamos a lo esencial. Hay una diferencia fundamental entre los AIE y el aparato (represivo) de Estado: el aparato represivo de Estado “funciona mediante la violencia”, en tanto que los AIE funcionan mediante la ideología.

Rectificando esta distinción, podemos ser más precisos y decir que todo aparato de Estado, sea represivo o ideológico, “funciona” a la vez mediante la violencia y la ideología, pero con una diferencia muy importante que impide confundir los aparatos ideológicos de Estado con el aparato (represivo) de Estado. Consiste en que el aparato (represivo) de Estado, por su cuenta, funciona masivamente con la represión (incluso física), como forma predominante, y sólo secundariamente con la ideología. (No existen aparatos puramente represivos.) Ejemplos: el ejército y la policía utilizan también la ideología, tanto para asegurar su propia cohesión y reproducción, como por los “valores” que ambos proponen hacia afuera.

De la misma manera, pero a la inversa, se debe decir que, por su propia cuenta, los aparatos ideológicos de Estado funcionan masivamente con la ideología como forma predominante pero utilizan secundariamente, y en situaciones límite, una represión muy atenuada, disimulada, es decir simbólica. (No existe aparato puramente ideológico.) Así la escuela y las iglesias “adiestran” con métodos apropiados (sanciones, exclusiones, selección, etc.) no sólo a sus oficiantes sino a su grey. También la familia... También el aparato ideológico de Estado cultural (la censura, por mencionar sólo una forma), etcétera.

¿Sería útil mencionar que esta determinación del doble “funcionamiento” (de modo predominante, de modo secundario) con la represión y la ideología, según se trate del aparato (represivo) de Estado o de los aparatos ideológicos de Estado, permite comprender que se tejan constantemente sutiles combinaciones explícitas o tácitas entre la acción del aparato (represivo) de Estado y la de los aparatos ideológicos del Estado? La vida diaria ofrece innumerables ejemplos que habrá que estudiar en detalle para superar esta simple observación.

Ella, sin embargo, nos encamina hacia la comprensión de lo que constituye la unidad del cuerpo, aparentemente dispar, de los AIE. Si los AIE “funcionan” masivamente con la ideología como forma predominante, lo que unifica su diversidad es ese mismo funcionamiento, en la medida en que la ideología con la que funcionan, en realidad está siempre unificada, a pesar de su diversidad y sus contradicciones, bajo la ideología dominante, que es la de “la clase dominante”. Si aceptamos que, en principio, “la clase dominante” tiene el poder del Estado (en forma total o, lo más común, por medio de alianzas de clases o de fracciones de clases) y dispone por lo tanto del aparato (represivo) de Estado, podremos admitir que la misma clase dominante sea parte activa de los aparatos ideológicos de Estado, en la medida en que, en definitiva, es la ideología dominante la que se realiza, a través de sus contradicciones, en los aparatos ideológicos de Estado. Por supuesto que es muy distinto actuar por medio de leyes y decretos en el aparato (represivo) de Estado y “actuar” por intermedio de la ideología dominante en los aparatos ideológicos de Estado. Sería necesario detallar esa diferencia que, sin embargo, no puede enmascarar la realidad de una profunda identidad. Por lo que sabemos, ninguna clase puede tener en sus manos el poder de Estado en forma duradera sin ejercer al mismo tiempo su hegemonía sobre y en los aparatos ideológicos de Estado. Ofrezco al respecto una sola prueba y ejemplo: la preocupación aguda de Lenin por revolucionar el aparato ideológico de Estado en la enseñanza (entre otros) para permitir al proletariado soviético, que se había adueñado del poder de Estado, asegurar el futuro de la dictadura del proletariado y el camino al socialismo.¹⁰

Esta última observación nos pone en condiciones de comprender que los aparatos ideológicos de Estado pueden no sólo ser objeto sino también lugar de la lucha de clases, y a menudo de formas encarnizadas de lucha de clases. la clase (o la alianza de clases) en el poder no puede imponer su ley en los aparatos ideológicos de Estado tan fácilmente como en el aparato ideológicos de Estado

tan fácilmente como en el aparato (represivo) de Estado, no sólo porque las antiguas clases dominantes pueden conservar en ellos posiciones fuertes durante mucho tiempo, sino además porque la resistencia de las clases explotadas puede encontrar el medio y la ocasión de expresarse en ellos, ya sea utilizando las contradicciones existentes, ya sea conquistando allí posiciones de combate mediante la lucha.

Puntualicemos nuestras observaciones:

Si la tesis que hemos propuesto es válida, debemos retomar, determinándola en un punto, la teoría marxista clásica del Estado. Diremos que es necesario distinguir el poder de Estado (y su posesión por...) por un lado, y el aparato de Estado por el otro. Pero agregaremos que el aparato de Estado comprende dos cuerpos: el de las instituciones que representan el aparato represivo de Estado por una parte, y el de las instituciones que representan el cuerpo de los aparatos ideológicos de Estado por la otra.

Pero, si esto es así, no puede dejar de plantearse, aun en el estado muy somero de nuestras indicaciones, la siguiente cuestión: ¿cuál es exactamente la medida del rol de los aparatos ideológicos de Estado? ¿Cuál puede ser el fundamento de su importancia? En otras palabras: ¿a qué corresponde la “función” de esos aparatos ideológicos de Estado, que no funcionan con la represión sino con la ideología?

Sobre la reproducción de las relaciones de producción

Podemos responder ahora a nuestra cuestión central, que hemos dejado en suspenso muchas páginas atrás: ¿cómo se asegura la reproducción de las relaciones de producción?

En lenguaje tópico (infraestructura, superestructura) diremos: está asegurada en gran parte por la superestructura jurídico-política e ideológica.

Pero dado que hemos considerado indispensable superar ese lenguaje todavía descriptivo, diremos: está asegurada, en gran parte, por el ejercicio del poder de Estado en los aparatos de Estado, por un lado el aparato (represivo) de Estado, y por el otro los aparatos ideológicos de Estado.

Se deberá tener muy en cuenta lo dicho precedentemente y que reunimos ahora bajo las tres características siguientes:

1. Todos los aparatos de Estado funcionan a la vez mediante la represión y la ideología, con la diferencia de que el aparato (represivo) de Estado funciona masivamente con la represión como forma predominante, en tanto que los aparatos ideológicos de Estado funcionan masivamente con la ideología como forma predominante.
2. En tanto que el aparato (represivo) de Estado constituye un todo organizado cuyos diferentes miembros están centralizados bajo una unidad de mando —la de la política de lucha de clases aplicada por los representantes políticos de las clases dominantes que tienen el poder de Estado— los aparatos ideológicos de Estado son múltiples, distintos, “relativamente autónomos” y susceptibles de ofrecer un campo objetivo a contradicciones que, bajo formas unas veces limitadas, otras extremas, expresan los efectos de los choques entre la lucha de clases capitalista y la lucha de clases proletaria, así como sus formas subordinadas.
3. En tanto que la unidad del aparato (represivo) de Estado está asegurada por su organización centralizada y unificada bajo la dirección de representantes de las clases en el

poder, que ejecutan la política de lucha de clases en el poder, la unidad entre los diferentes aparatos ideológicos de Estado está asegurada, muy a menudo en formas contradictorias, por la ideología dominante, la de la clase dominante.

Si se tienen en cuenta estas características, se puede entonces representar la reproducción de las relaciones de producción, 13 de acuerdo con una especie de “división del trabajo”, de la manera siguiente.

El rol del aparato represivo de Estado consiste esencialmente en tanto aparato represivo, en asegurar por la fuerza (sea o no física) las condiciones políticas de reproducción de las relaciones de producción que son, en última instancia, relaciones de explotación. El aparato de Estado no solamente contribuye en gran medida a su propia reproducción (existen en el Estado capitalista dinastías de hombres políticos, dinastías de militares, etc.) sino también, y sobre todo, asegura mediante la represión (desde la fuerza física más brutal hasta las más simples ordenanzas y prohibiciones administrativas, la censura abierta o tácita, etc.) las condiciones políticas de la actuación de los aparatos ideológicos de Estado.

Ellos, en efecto, aseguran en gran parte, tras el “escudo” del aparato represivo de Estado, la reproducción misma de las relaciones de producción. Es aquí donde interviene masivamente el rol de la ideología dominante, la de la clase dominante se asegura la “armonía” (a veces estridente) entre el aparato represivo de Estado y los aparatos ideológicos de Estado y entre los diferentes aparatos ideológicos de Estado.

Nos vemos llevados así a encarar la hipótesis siguiente, en función de la diversidad de los aparatos ideológicos de Estado en su rol único —por ser común— de reproducir las relaciones de producción.

En efecto, hemos enumerado en las formaciones sociales capitalistas contemporáneas una cantidad relativamente elevada de aparatos ideológicos de Estado: el aparato escolar, el aparato religioso, el aparato familiar, el aparato político, el aparato sindical, el aparato de información, el aparato “cultural”, etcétera.

Ahora bien, en las formaciones sociales del modo de producción “servil” (comunmente llamado feudal) comprobamos que, aunque existe (no sólo a partir de la monarquía absoluta sino desde los primeros estados antiguos conocidos) un aparato represivo de Estado único, formalmente muy parecido al que nosotros conocemos, la cantidad de aparatos ideológicos de Estado es menor y su individualidad diferente. Comprobamos, por ejemplo, que la Iglesia (aparato ideológico de Estado religioso) en la Edad Media acumulaba numerosas funciones (en especial las escolares y culturales) hoy atribuidas a muchos aparatos ideológicos de Estado diferentes, nuevos con respecto al que evocamos. Junto a la Iglesia existía el aparato ideológico de Estado familiar, que cumplía un considerable rol, no comparable con el que cumple en las formaciones sociales capitalistas. A pesar de las apariencias, la iglesia y la familia no eran los únicos aparatos ideológicos de Estado. Existía también un aparato ideológicos de Estado político (los Estados Generales, el Parlamento, las distintas facciones y ligas políticas, antecesoras de los partidos políticos modernos, y todo el sistema político de comunas libres, luego de las ciudades). Existía asimismo un poderoso aparato ideológico de Estado “pre-sindical”, si podemos arriesgar esta expresión forzosamente anacrónica (las poderosas cofradías de comerciantes, de banqueros, y también las asociaciones de *compagnons**, etcétera). Las ediciones y la información también tuvieron un innegable desarrollo, así como los espectáculos, al comienzo partes integrantes de la iglesia y luego cada vez más independientes de ella.

Ahora bien, es absolutamente evidente que en el período histórico pre-capitalista que acabamos de examinar a grandes rasgos, existía un aparato ideológico de Estado dominante, la Iglesia, que concentraba no sólo las funciones religiosas sino también las escolares y buena parte de las funciones de información y “cultura”. Si toda la lucha ideológica del siglo XVI al XVII, desde la primera ruptura de la Reforma, se concentró en la lucha anticlerical y antirreligiosa, ello no sucedió por azar sino a causa de la posición dominante del aparato ideológico de Estado religioso.

La revolución francesa tuvo ante todo por objetivo y resultado no sólo trasladar el poder de Estado de la aristocracia feudal a la burguesía capitalista-comercial, romper parcialmente el antiguo aparato represivo de Estado y reemplazarlo por uno nuevo (el ejército nacional popular, por ejemplo), sino también atacar el aparato ideológico de Estado N° 1, la Iglesia. De allí la constitución civil del clero, la confiscación de los bienes de la Iglesia y la creación de nuevos aparatos ideológicos de Estado para reemplazar el aparato ideológico de Estado religioso en su rol dominante.

Naturalmente, las cosas no fueron simples: lo prueba el concordato, la restauración, y la larga lucha de clases entre la aristocracia terrateniente y la burguesía industrial durante todo el siglo XIX para imponer la hegemonía burguesa sobre las funciones desempeñadas hasta entonces por la iglesia, ante todo en la escuela. Puede decirse que la burguesía se apoyó en el nuevo aparato ideológico de Estado político, democrático-parlamentario, implantado en los primeros años de la Revolución, restaurado luego por algunos meses, después de largas y violentas luchas, en 1848, y durante decenas de años después de la caída del Segundo Imperio, para dirigir la lucha contra la Iglesia y apoderarse de sus funciones ideológicas, en resumen, para asegurar no sólo su hegemonía política sino también la hegemonía ideológica indispensable para la reproducción de las relaciones capitalistas de producción.

Por esto nos creemos autorizados para ofrecer la tesis siguiente, con todos los riesgos que implica. Pensamos que el aparato ideológico de Estado que ha sido colocado en posición dominante en las formaciones capitalistas maduras, como resultado de una violenta lucha de clase política e ideológica contra el antiguo aparato ideológico de Estado dominante, es el aparato ideológico escolar.

Esta tesis puede parecer paradójica, si es cierto que cualquier persona acepta —dada la representación ideológica que la burguesía quería darse a sí misma y dar a las clases que explota— que el aparato ideológico de Estado dominante en las formaciones sociales capitalistas no es la escuela sino el aparato de Estado político, es decir, el régimen de democracia parlamentaria combinado del sufragio universal y las luchas partidarias.

(...)

Por eso creemos tener buenas razones para pensar que detrás del funcionamiento de su aparato ideológico de Estado político, que ocupaba el primer plano, lo que la burguesía pone en marcha como aparato ideológico de Estado N° 1, y por lo tanto dominante, es el aparato escolar que reemplazó en sus funciones al antiguo aparato ideológico de Estado dominante, es decir, la Iglesia. Se podría agregar: la pareja Escuela-Familia ha reemplazado a la pareja Iglesia-Familia.

¿Por qué el aparato escolar es realmente el aparato ideológico de Estado dominante en las formaciones sociales capitalistas y cómo funciona?

Por ahora nos limitaremos a decir que:

1. Todos los aparatos ideológicos de Estado, sean cuales fueren, concurren al mismo resultado: la reproducción de las relaciones de producción, es decir, las relaciones capitalistas de explotación.
2. Cada uno de ellos concurre a ese resultado único de la manera que le es propia: el aparato político sometiendo a los individuos a la ideología política de Estado, la ideología “democrática”, “indirecta” (parlamentaria) o “directa” (plebiscitaria o fascista); el aparato de información atiborrando a todos los “ciudadanos” mediante la prensa, la radio, la televisión, con dosis diarias de nacionalismo, chauvinismo, liberalismo, moralismo, etcétera. Lo mismo sucede con el aparato cultural (el rol de los deportes es de primer orden en el chauvinismo), etcétera; el aparato religioso recordando en los sermones y en otras grandes ceremonias de nacimiento, casamiento o muerte que el hombre sólo es polvo, salvo que sepa amar a sus hermanos hasta el punto de ofrecer su otra mejilla a quien le abofeteó la primera. El aparato familiar..., no insistimos más.
3. Este concierto está dominado por una partitura única, ocasionalmente perturbada por contradicciones, las de restos de las antiguas clases dominantes, las de proletarios y sus organizaciones: la partitura de la ideología de la clase actualmente dominante que integra en su música los grandes temas del humanismo de los ilustres antepasados que, antes del cristianismo, hicieron el milagro griego y después la grandeza de Roma, la ciudad eterna, y los temas del interés, particular y general, etc., nacionalismo, moralismo y economismo.
4. No obstante, un aparato ideológico de Estado cumple muy bien el rol dominante de ese concierto, aunque no se presten oídos a su música: ¡tan silenciosa es! Se trata de la Escuela.

Toma a su cargo a los niños de todas las clases sociales desde el jardín de infantes, y desde el jardín de infantes les inculca —con nuevos y viejos métodos, durante muchos años, precisamente aquellos en los que el niño, atrapado entre el aparato de Estado-familia y el aparato de Estado-escuela, es más vulnerable— “habilidades” recubiertas por la ideología dominante (el idioma, el cálculo, la historia natural, las ciencias, la literatura) o, más directamente, la ideología dominante en estado puro (moral, instrucción cívica, filosofía).

Hacia el sexto año, una gran masa de niños cae “en la producción”: son los obreros o los pequeños campesinos. Otra parte de la juventud escolarizable continúa: bien que mal se encamina y termina por cubrir puestos de pequeños y medianos cuadros, empleados, funcionarios pequeños y medianos, pequeño-burgueses de todo tipo.

Una última parte llega a la meta, ya sea para caer en la semidesocupación intelectual, ya para proporcionar, además de los “intelectuales del trabajador colectivo”, los agentes de la explotación (capitalistas, empresarios), los agentes de la represión (militares, policías, políticos, administradores, etc.) y los profesionales de la ideología (sacerdotes de todo tipo, la mayoría de los cuales son “laicos” convencidos).

Cada grupo está prácticamente provisto de la ideología que conviene al rol que debe cumplir en la sociedad de clases: rol de explotado (con “conciencia profesional”, “moral”, “cívica”, “nacional” y apolítica altamente “desarrollada”); rol de agente de la explotación (saber mandar y hablar a los obreros: las “relaciones humanas”); de agentes de la represión (saber mandar y hacerse obedecer “sin discutir” o saber manejar la demagogia de la retórica de los dirigentes políticos), o de profesionales de la ideología que saben tratar a las conciencias con el respeto, es decir el desprecio, el chantaje, la demagogia convenientes adaptados a los acentos de la Moral, la Virtud, la “Trascendencia”, la Nación, el rol de Francia en el Mundo, etcétera.

Por supuesto, muchas de esas virtudes contrastadas (modestia, resignación, sumisión por una parte, y por otra cinismo, desprecio, altivez, seguridad, grandeza, incluso bien decir y habilidad) se enseñan también en la familia, la iglesia, el ejército, en los buenos libros, en los filmes, y hasta en los estadios. Pero ningún aparato ideológico de Estado dispone durante tantos años de la audiencia obligatoria (y, por si fuera poco, gratuita...), 5 a 6 días sobre 7 a razón de 8 horas diarias, de formación social capitalista.

Ahora bien, con el aprendizaje de algunas habilidades recubiertas en la inculcación masiva de la ideología de la clase dominante, se reproduce gran parte de las relaciones de producción de una formación social capitalista, es decir, las relaciones de explotados a explotadores y de explotadores a explotados. Naturalmente, los mecanismos que producen este resultado vital para el régimen capitalista están recubiertos y disimulados por una ideología de la escuela universalmente reinante, pues ésta es una de las formas esenciales de la ideología burguesa dominante: una ideología que representa a la escuela como un medio neutro, desprovisto de ideología (puesto que es... laico), en el que maestros respetuosos de la "conciencia" y la "libertad" de los niños que les son confiados (con toda confianza) por sus "padres" (que también son libres, es decir, propietarios de sus hijos), los encaminan hacia la libertad, la moralidad y la responsabilidad de adultos mediante su propio ejemplo, los conocimientos, la literatura y sus virtudes "liberadoras".

Pido perdón por esto a los maestros que, en condiciones espantosas, intentan volver contra la ideología, contra el sistema y contra las prácticas de que son prisioneros, las pocas armas que puedan hallar en la historia y el saber que ellos "enseñan". Son una especie de héroes. Pero no abundan, y muchos (la mayoría) no tienen siquiera la más remota sospecha del "trabajo" que el sistema (que los rebasa y aplasta) les obliga a realizar y, peor aún, ponen todo su empeño e ingenio para cumplir con la última directiva (¡los famosos métodos nuevos!). Están tan lejos de imaginárselo que contribuyen con su devoción a mantener y alimentar, esta representación ideológica de la escuela, que la hace tan "natural" e indispensable, y hasta bienhechora, a los ojos de nuestros contemporáneos como la iglesia era "natural", indispensable y generosa para nuestros antepasados hace algunos siglos.

En realidad, la iglesia es reemplazada hoy por la escuela en su rol de aparato ideológico de Estado dominante. Está combinada con la familia, como antes lo estuvo la iglesia. Se puede afirmar entonces que la crisis, de una profundidad sin precedentes, que en el mundo sacude el sistema escolar en tantos Estados, a menudo paralela a la crisis que conmueve al sistema familiar (ya anunciada en el Manifiesto), tiene un sentido político si se considera que la escuela (y la pareja escuela-familia) constituye el aparato ideológico de Estado dominante. aparato que desempeña un rol determinante en la reproducción de las relaciones de producción de un modo de producción amenazado en su existencia por la lucha de clases mundial.

II

CULTURA POSMODERNA

Panorama General de la Posmodernidad

Claudio Alvarez Terán

MODERNIDAD Y CRISIS

El marco cultural constituye la forma de vida de una sociedad, y ese marco cultural es el que le da sentido a los modelos económicos, las estructuras sociales y los sistemas políticos que conforman el todo de la sociedad.

El marco cultural del viejo paradigma tomó el nombre de Modernidad y puede afirmarse que la modernidad es la lógica cultural del viejo modelo económico industrial.

El pensamiento moderno hace su aparición durante el Renacimiento (siglo XV), cuando el Hombre vuelve a pensarse como centro del mundo y se aleja de los preceptos religiosos que comandaban las formas de vida medievales.

La Modernidad que nace con pensadores como Maquiavello y artistas como Miguel Angel, afirma la voluntad humana por sobre todas las cosas, quebrando el espinazo del pensamiento mítico, mágico y religioso que había prevalecido desde los inicios de la historia humana.

A partir del siglo XV comenzará a tomar forma un pensamiento afincado en la razón humana sin intervención de factores míticos o religiosos, y esta vertiente alcanzará su afirmación social y política en los pensadores iluministas del siglo XVII-XVIII, como Hobbes, Hume, Locke y Rousseau, entre otros, que proponían *iluminar* con su razón la realidad humana y comenzar a reflexionar sobre las diversas formas de organización que se da el hombre en base a su voluntad, construyendo el primer modelo de pensamiento político moderno: el liberalismo.

La clase en ascenso por aquel entonces, siglo XVIII, era la burguesía que luchaba por perforar los privilegios de los alicaídos nobles aún en el poder, impulsando un nuevo modelo económico apuntalado en la Primera Revolución Industrial: el incipiente capitalismo industrial. De tal modo el pensamiento moderno del liberalismo se enlaza íntimamente con el modelo económico capitalista a través del eslabón de la burguesía.

Fue durante el siglo XIX cuando se produjo el triunfo definitivo de la burguesía liberal-capitalista en Occidente dando forma final a una cultura sólidamente instalada en esta parte del mundo, la modernidad, que continuó su camino ascendente hasta llegar a mediados del siglo XX para entroncarse con el modelo industrialista avanzado, pero paradójicamente, el marco cultural moderno llega a este punto debilitado y anémico.

Pero volviendo al inicio, ¿cuáles eran los pilares de la cultura de la modernidad?

Fundamentalmente la confianza en la razón y el progreso. Para la cultura moderna no era ni la fe ni el deseo lo que pondría al Hombre en camino de su realización, sino la férrea voluntad de la razón.

El Iluminismo alumbraría dos teorías básicas que aspiraban a ordenar la realidad humana desde la razón. Una el liberalismo y otra el marxismo, la primera tuvo su nacimiento oficial con la Revolución Francesa de 1793, la segunda con la publicación del Manifiesto Comunista en 1848.

Ambas teorías, ambas ideologías, son hijas de una misma madre: La Razón, y ambas doctrinas son hijas de un mismo padre: el Iluminismo, sustentados en un mismo objetivo: el Progreso.

Y como cuerpos de ideas hermanados en el origen, liberalismo y marxismo se desarrollarán de forma paralela pasando a disputar el protagonismo histórico durante un siglo, especialmente en el siglo XX en el período de la Guerra Fría, entroncando el aspecto político del viejo paradigma con su sustrato cultural.

Básicamente la disputa entre liberalismo y marxismo es la disputa entre dos verdades, y ya se sabe que la razón (como la fe) solo admite una verdad.

El pensamiento racional es el que da origen al pensamiento científico y el objeto de la ciencia es llegar a LA verdad, la modernidad fue un tiempo en el que se aspira a alcanzar la verdad. Incluso sus doctrinas políticas, liberalismo o marxismo, se suponían ambas poseedoras de la anhelada verdad.

Y en esa disputa discurrió el quehacer intelectual durante la vigencia del viejo paradigma. La modernidad no es una cultura que acepte pensamientos tibios o débiles, es tiempo de doctrinas sólidas y definitivas, y por ende de fuertes combates ideológicos.

Era una *verdad* que el Hombre se realizaba por su trabajo, una verdad asumida tanto por el liberalismo como por el marxismo, y el trabajo era un verdadero credo en la cultura moderna. Y el sistema económico del viejo paradigma así lo reflejaba mediante su organización laboral vertical, jerarquizada y disciplinaria, con la idea del Deber como bandera.

El deber era central en la vieja sociedad moderna, una vida marcada por el adverbio NO, por la negatividad del No-Poder, marcada por la presencia del padre, del jefe, del maestro, del guía, de allí la idea de la sociedad disciplinaria, donde las normas expresaban ese Pacto Social que aseguraba la convivencia, establecía las funciones y roles de cada ciudadano. Una sociedad con guías claras y mapas consistentes para vivir en ella, con una marcada linealidad vertical

No había lugar en la modernidad para las aventuras personales que rompieran el molde establecido, no había lugar para los rebeldes o los locos. La vida diaria también respondía a este molde disciplinario donde cada quien sabía qué era lo que tenía que hacer dentro de la institución de la que formaba parte. Una normatividad social por todos aceptada que dejaba en claro la diferencia entre lo correcto y lo incorrecto, lo bueno y lo malo, una normatividad social que privilegia el interés colectivo por encima de los intereses individuales, en la búsqueda de la totalidad, en el que la pertenencia asumía una importancia sustancial: pertenencia a una nación, a una ideología, a una religión, a una lengua, a una cultura.

El hombre moderno entiende que su razón lo puede llevar a cualquier límite, al progreso, incluso a perseguir la utopía, el Hombre Moderno puede, pero desde una perspectiva universal y potencial,

no se trata del poder individual si no de las posibilidades infinitas para el todo, para el conjunto social; y para ello el individuo “debe” cumplir su papel, disciplinarse al interés del conjunto.

No estamos hablando aquí de autoritarismo sino de disciplina social, una organización normativa que reparte premios y castigos y privilegia la idea de unidad, porque otra de las características que asume la Verdad es su pretensión Universal. Es decir, la Verdad es aplicable a todos. Así como no puede haber muchas *verdades*, no puede haber verdades para algunos, se trata de una forma de vida dominada por una Moral Universal que se presenta como un paraguas que a todos cubre y al que todos se deben.

En ese marco racional se hace fuerte la dualidad cuerpo/espíritu proveniente del viejo molde platónico, retomado por el cristianismo y consustanciado con la cultura occidental que la modernidad hace propia con Hegel y Heidegger. Una realidad binaria, espacio de la negatividad, en la que no hay lugar para terceras opciones: verdadero/falso, masculino/femenino, crecimiento/decadencia, patrón/trabajador, mayoría/minoría, izquierda/derecha, salud/enfermedad, natural/artificial, público/privado, cuerpo/espíritu.

La modernidad no aspira a la diferencia, ni a valorizar lo que hay de diverso en cada uno, sino a reafirmar el destino común para todos, un destino de progreso, el camino de la utopía, la visión en el futuro.

Y decíamos que si un puntal de la cultura moderna era la Razón, el otro era el Progreso, entendido como el destino ineludible que le espera a la Historia Humana, porque la modernidad entiende de manera teleológica la Historia, considera que todo tiene un sentido, y ese sentido es el Progreso, una línea en dirección hacia delante y hacia arriba, una flecha lanzada hacia el cielo sería la figura exacta de lo que le espera al futuro humano, y es este último concepto, Futuro, es la que se relaciona íntimamente con el Progreso, y se constituye en el destino ineludible del Hombre, a quién, según la modernidad, le espera un mañana mejor y ese mañana llegará, no como un regalo de Dios sino como consecuencia de la voluntad humana expresada en acto.

Por eso el Hombre de la modernidad proyecta, piensa en su futuro, realiza sus actos con ese objetivo, incluso resigna el presente en pos del mejor mañana que le espera. El hombre de la modernidad pospone, no se entrega a la satisfacción inmediata, se esfuerza, se sacrifica por “la causa”.

Y en esa búsqueda de Futuro, el hombre de la modernidad también rescata el Pasado como escalón esencial de la escalera del Progreso, porque para subir hacia el mañana es necesario asentarse firmemente en el escalón previo del ayer. En ese tránsito el tiempo Presente es simplemente un momento de paso, irrelevante.

Pero si bien la modernidad concretada socialmente en la disciplina normativa no valora el comportamiento rebelde, tiene un costado contradictorio en el hecho de que para alcanzar esa regulación normativa se requiere un comportamiento rebelde y transgresor que luego se tratará de apagar. Por eso la modernidad no es una época de tranquilidad, sino un tiempo de efervescencia, de lucha, de revolución. De un ciclo alternado de cambio y conservadurismo.

Cuando la modernidad apunta al progreso para asegurar el mejor destino de la humanidad, a lo que apunta es al cambio y la transformación. Y el ícono fundamental de la cultura moderna es el cambio revolucionario: revolución capitalista, revolución burguesa, revolución obrera. El economista liberal Joseph Schumpeter acuñó el término “destrucción creativa” para explicar de qué manera el capitalismo avanzaba, progresaba, destruyendo en su camino parte de lo que había construido previamente. Lo que Carlos Marx figuraba en la frase “todo lo que es sólido, se disuelve en el aire”, Schumpeter lo ratificó en la idea de una “incesante *revolución* de la estructura económica desde dentro” por parte del sistema capitalista.

De este modo la idea del cambio forma parte esencial de la modernidad, pero la contraparte de esto es que una vez que ese cambio se concretaba toda esa fuerza revolucionaria terminaba mutando a conservadora, para alimentar otra alternativa revolucionaria.

La guía de la racionalidad durante la vigencia del paradigma de la modernidad afirma la preponderancia de lo político (entendiendo lo político como aplicación de la razón humana en la forma de organización social). La razón por delante de la realidad, incluso la razón desafiando a la realidad. Es decir, la política construyendo la realidad.

La expresión política del Estado-Nación, institución creada por la modernidad, se encuentra por sobre los otros factores de poder, el Capital y el Trabajo, los domina y los dirige. Es la Política, son las ideas, es la razón la que rige al mundo moderno.

¿Pero cuándo este sólido andamiaje cultural destinado a darle sentido final a la Historia humana comienza a dar signos de debilidad? ¿Cuándo la crisis del paradigma de pensamiento moderno comienza a manifestarse?

La modernidad cultural comenzará a mostrar signos de agotamiento en la primera parte del siglo XX, aún en los momentos en que se seguía construyendo su edificio social.

Será a partir de acontecimientos trascendentales del siglo XX, como las carnicerías de la Primera Guerra Mundial, la brutal crisis económica de 1930, el estallido de la Segunda Guerra Mundial, el Holocausto judío, la detonación de la Bomba Atómica, llevaron a comenzar a cuestionar el destino de progreso que prometía la modernidad.

La Razón y la fe en el Progreso, pilares de la modernidad que había prometido un mundo mejor, fueron puestos en cuestión alcanzando a afectar a otra columna vertebral de lo racional, la ciencia y su pretensión de Verdad.

La ciencia física clásica consideraba la materia como impenetrable, el significado de la misma palabra átomo lo demuestra, la materia indivisible, hasta que a comienzos del siglo XX se descubre que eso que se consideraba sólido no era más que energía, el átomo no era una cosa en su sentido material, sino un conjunto de fuerzas. La solidez propia de la modernidad se sacude, todo era proceso y movimiento.

El tiempo, constante, permanente, cuantificable, surgido de los análisis de Newton, científico moderno, será demolido conceptualmente a comienzos del siglo XX por un nuevo físico, Albert

Einstein, que demuestra la relatividad del tiempo y, de nuevo, el protagonismo de la energía. Las ideas modernas de Verdad, Unidad y Absoluto se debilitan detrás del crecimiento de lo relativo.

Las ciencias físicas también cuestionan la búsqueda de un orden racional definitivo pasando al desarrollo de nuevas teorías, como la Teoría del Caos o la Teoría de la Incertidumbre⁹. Allí donde la modernidad buscaba verdades últimas, la nueva ciencia solo ofrece posibilidades.

Ya no hay una realidad única, fija y cognoscible, solo hay realidades individuales, el mundo deja de verse como un conjunto de verdades y pasa a verse como un ramillete de opciones y posibilidades.

A partir de entonces el Hombre moderno se disuelve en el individuo, el mundo comienza a *buscar soluciones biográficas a lo que son problemáticas sistémicos*.¹⁰ Todos los problemas parecen anclar en las particularidades de cada individuo sin importar la condición, aún cuando esa condición fuera lo social o lo económico. Cada persona pasa a ser responsable de su suerte, la reindividualización de la unidad colectiva de la modernidad pasa a ser el sello del nuevo tiempo

La sólida ideología de la modernidad estalla en un abanico de pensamientos pequeños y transitorios, muchos *juegos del lenguaje* sustituyendo los *grandes relatos* de sentido.

Se desmorona el orden racional ante el avance de la espontaneidad, se desvanece la idea de progreso como herramienta para construir el futuro, un futuro que pierde todo sentido frente a la imponente presencia del presente, de la utopía se pasa a la hictopía.

El futuro se observa como una gran desilusión y el pasado una profunda frustración, ya que como sostiene el historiador Jacques Revel, al no proyectarnos hacia el futuro el pasado se vuelve opaco, difícil de descubrir.

La vieja razón moderna, ídolo en el que se afirmaría la construcción de la humanidad, se vuelve instrumental, pierde su potencia transformadora, se contenta aportar a lo ya conocido y en pensarse definitiva, perdiendo de vista al Hombre como objetivo aplicándose más a los medios que a los fines, enfocándose en lo dado dejando de lado la trascendencia, resumiendo al Hombre a una sola dimensión.

Así, derribadas las columnas de la Razón y del Progreso, se cierran los caminos de la modernidad.

El viejo paradigma cultural de la modernidad se queda pues sin sus soportes y da señales claras de anomalías al no poder explicar ya lo que sucede y el nuevo paradigma se afinca en un nuevo sustrato cultural, la posmodernidad, como bautizó Jean Francois Lyotard a esta nueva cultura, o bien la hipermodernidad, como prefiere llamarla Gilles Lipovetsky.

Caída la razón se entroniza el Deseo, disuelto el Progreso se erige el Presente.

POSMODERNIDAD / HIPERMODERNIDAD

⁹ Teoría del Caos elaborada por Ilya Prigogine, y la Teoría de la Incertidumbre por Werner Heisenberg.

¹⁰ Ulrich Beck, citado por Zygmunt Bauman, En busca de la política.

Cuando se analiza la denominación que debe darse a este nuevo modelo cultural que se construye a partir de la crisis de la Modernidad, aparecen dos nombres que han ganado especial posicionamiento, el primero surge del planteo original del filósofo francés Jean Francois Lyotard a fines de la década de 1970 que le llamará Posmodernidad, el segundo es abordado por otro francés, Gilles Lipovetsky, que a comienzos del siglo XXI considera que el nombre adecuado es Hipermodernidad. Entre ambos otros nombres se van desarrollando a partir de diversos analistas, Modernidad Líquida para Zygmunt Bauman, Sobremodernidad para Marc Auge, Segunda Modernidad para Ulrich Beck, Modernidad Tardía para Anthony Giddens.

Indudablemente las dificultades para darle una denominación definitiva al nuevo modelo cultural de nuestro tiempo se basa en los lazos que sigue teniendo con el viejo modelo cultural de la modernidad, lo que queda claro a partir de que todos los nombres terminan aludiendo al modelo cultural que se deja atrás.

Si bien al inicio Posmodernidad parecía un nombre correcto, ya que definía una cultura que venía a sustituir a la anterior por una diferente. Con el tiempo se ha podido ir observando que ese supuesto corte entre la vieja modernidad y esta nueva cultura no era tan evidente como se suponía, no era tan claro, y se ha llegado a comprender que se trata más de un proceso de transformación o mutación de la modernidad que de su desaparición. Por eso las denominaciones de Hipermodernidad, Sobremodernidad o Modernidad Líquida parecen representar mucho mejor a la nueva cultura.

En este sentido parece pertinente aplicar la idea de Frederic Jameson sobre el cambio cultural. Jameson entiende que los cambios no consisten en el derrumbe de una estructura para ser reemplazada por otra estructura totalmente nueva, sino la recombinación de elementos existentes en el período que acaba de una manera diferente para el período que comienza.

Características que en un sistema se veían subordinadas a otras más importantes, ahora asumen importancia y otras quedan subordinadas a ellas. Así como en la modernidad la Razón ocupaba el sitio de agente organizador del pensamiento y la cultura, en la posmodernidad otro concepto ocupa ese lugar, el Deseo.¹¹

Si precisamente la crisis de la modernidad opera a partir del quiebre de la confianza en la capacidad de la razón humana para asegurar un “paraíso en la tierra” en base al adecuado ordenamiento de la sociedad, entonces el modelo de pensamiento que le sucede, la posmodernidad, va a colocar en ese lugar privilegiado, como un verdadero ídolo, a su contracara, el Deseo.

Para la modernidad el Hombre se movía por cálculos racionales que se reflejaban en el “principio de realidad” como factor a seguir, mientras que para la hipermodernidad, al suplantarse la Razón por el Deseo, el principio rector de la actividad humana es el “principio del placer”, estamos frente a una sociedad hedonista.

¹¹ Entendemos “deseo” como “concupiscencia”, es decir el deseo de satisfacer necesidades urgentes y materiales, no incluimos aquí deseos profundos del espíritu humano como el deseo de trascendencia.

La base de la cultura hipermoderna es la satisfacción del deseo aquí y ahora y su resultado una sociedad de consumidores a escala hiper. No más ordenamiento disciplinado y racional, ahora predomina la espontaneidad flexible, la libertad personal, ya no el deber sino el poder, pero no el poder prometeico moderno del universal humano, sino el poder individual de cada persona, el de cada sujeto. Al reino moderno del NO le sucederá el mundo hipermoderno del SI. El imperativo dejará de ser el deber de cumplir la norma y pasará a ser el poder de seguir los propios impulsos, y la presión de la cultura.

Estamos en una sociedad que rompe con lo convencional y considera que para un individuo todo puede ser posible, que rompe con la idea de la autoridad y la jerarquía del padre, y se vuelca a la satisfacción del deseo personal entre iguales. Edipo y su culpa es suplantado por Narciso y su libertad.

Si hay un concepto moderno que merece un lugar particular en la hipermodernidad por su extensión y ampliación es el de la libertad. Pero no el de la Libertad, con mayúsculas, como promesa universal de los modernos, sino, otra vez más, el de las libertades, en plural y minúscula, de cada persona.

Vivimos un tiempo de libertades personales sin restricciones, sin limitaciones, sin represiones. Todos, cada uno en su condición socio-histórica, pueden conducirse según sus propios deseos y aspiraciones, nada parece importar más que la propia libertad, nadie está habilitado a reprochar ni a impugnar el accionar del otro. El poder individual y la libertad se unen para romper los límites que tenían las personas, a tal punto que en este ambiente de libertades no hay lugar para los rebeldes ni los transgresores, porque ya no hay límites para transgredir ni normas a las que rebelarse, nadie se rebela ante un SI, y la hipermodernidad es el reino del Sí.

No más una moral universal de valores sacralizados que deben ser respetados por todos, sino libre aceptación de una multiplicidad de comportamientos basados en valores todos adecuados, el reinado de la ética personal.

No más la idea dominante del progreso lineal, sostenido y en avance perpetuo, ahora desarrollos plurales que ofrecen avances y retrocesos, caídas y estancamientos, formas reticulares y sinuosas.

No más enfrentar la realidad críticamente para transformarla, ahora abordar la realidad para reconocerla y adaptarse a ella.

No más ciudadanos activos en sociedades de ideales comunes, ahora una suma de consumidores hiperindividuales en busca de la satisfacción infinita de deseos personales en redes de relación persiguiendo el objetivo anhelado de la felicidad, el gran imperativo hipermoderno: "tu puedes".

Estos son algunos factores que impulsan la transformación de la vieja modernidad para dibujar un modo de vida diferente, inclusive no solo reducido a occidente como pasaba con la modernidad, sino también adoptado incluso en las sociedades orientales.

La transformación del paradigma cultural es fundamental, porque sin él es imposible abordar las transformaciones paradigmáticas sociales, políticas y económicas producidas a partir de los años

setenta.

En palabras de J. Rifkin, “la era posmoderna está ligada a un nuevo estadio del capitalismo basado en la mercantilización del tiempo, la cultura y la experiencia de vida; mientras que la era previa correspondía a un estadio anterior del capitalismo, basado en la mercantilización de la tierra y de los recursos, la mano de obra humana y la fabricación de bienes”.

Por eso es muy importante partir del cambio cultural del siglo XXI para desde él comprender las transformaciones del nuevo siglo, tal como lo afirma Fredric Jameson estableciendo a la posmodernidad como la lógica cultural que da forma al nuevo capitalismo.

Describir la posmodernidad/hipermodernidad es también describir al Hombre que vive dentro de esta atmósfera cultural, el Hombre Posmoderno es en definitiva el habitante integrado a este nuevo mundo que es el siglo XXI.

La forma de vivir de las nuevas generaciones de mujeres y varones, para las cuales se adoptan términos como Generación X, Generación Y o Millenials, es caracterizada por Robert Lifton como la de seres “proteicos”, vitales, que basan sus actos en el propio deseo. Piensan en sí mismos como intérpretes más que como trabajadores, y quieren que se les considere antes su creatividad que su laboriosidad. Han crecido en un mundo de empleo flexible y están acostumbrados al trabajo temporal. Sus vidas están menos asentadas y son más provisionales que las de sus padres. Son más terapéuticos que ideológicos, más adaptables que revolucionarios, y piensan más con imágenes que con palabras. Son menos racionales y más emotivos. Consideran al centro comercial como su plaza pública, y para ellos es igual la soberanía del consumidor que la del ciudadano. Sus mundos tienen menos límites y son más fluidos. Tienen una percepción de la realidad más sistémica que lineal. Tiene poco interés por la Historia, pero están obsesionados con el estilo y la moda.

Estos hombres proteicos viven detrás de la búsqueda permanente de una experiencia momentánea, para ellos importa el acceso porque estar desconectado es morir.

El carácter terapéutico del hombre posmoderno se evidencia en que, ya sin Historia, a la gente no le preocupa tanto su lugar en el tiempo como su propia historia personal, su condición vital donde no vale el sacrificio por mañana, porque toda realización debe darse ahora. El hombre y la mujer posmodernos viven el presente y abandonan cualquier pretensión histórica, el enemigo del hombre hipermoderno no está afuera, sino dentro de uno mismo.

Como sostiene Byung Chul Han el siglo XX fue el del paradigma inmunológico que distinguía entre el adentro y el afuera, entre el yo y el extraño. Un siglo caracterizado por la noción del enemigo externo donde el extraño aparecía como objeto de ataque aun cuando no resultase especialmente hostil, simplemente por ser otro.

En cambio hoy el hombre hipermoderno sufre de enfermedades neuronales como las fobias, el TDA, la depresión, la bipolaridad, etc., que a diferencia del paradigma inmunológico de la modernidad, pone el problema en la positividad de lo propio y ya no en la negatividad del otro viral.

Muchos jóvenes, expone Mark Fisher, se encuentran en estado de hedonia¹² depresiva, siendo esto extraño ya que la depresión habitual se había caracterizado por la anhedonia¹³, pero por el contrario la conducta actual es la de que todo lo que hagamos debe tener de una u otra manera un fin placentero, y entonces hacer algo que no pueda lograr esa meta genera depresión.

Ha desaparecido el Otro y con eso cambia el paradigma ya que mientras que la presencia del otro generaba una reacción "inmunitaria" frente a lo distinto, su desaparición elimina al enemigo externo y deja a las personas a solas con su Yo, indefensas, y el resultado de mis acciones entonces solo dependen de mi "libre decisión", y las consecuencias también, no puedo responsabilizar de esas consecuencias a las decisiones de los otros como en la Modernidad, ahora el único "culpable" soy Yo.

En lo modernidad el Otro era objeto de inquietud, en la hipermodernidad el Otro es objeto de indiferencia, en la modernidad el Yo se subordinaba al Nosotros, en la hipermodernidad el Yo predomina como si no tuviéramos ninguna obligación por el Otro como diferente a mí, ni siquiera para enfrentarlo.

En ese sentido se manifiesta Heinz Bude sosteniendo que en la posmodernidad, cultura a la que llama Sociedad del Miedo, el Otro no es mi opuesto sino la referencia de mi accionar, lo cual lo mimetiza conmigo, porque el carácter de nuestro Yo aparece guiado desde afuera y vivimos pendientes de la sentencia de nuestros coetáneos, de la moda, de la opinión reinante, y en caso de duda se prefiere callar a entrar en conflicto, prefiriendo mostrarse flexible y concesivo para alcanzar acuerdos.¹⁴

Pero esta supuesta importancia del otro no es tal, ya que solo lo consideramos para usarlo como espejo para construir nuestro Yo, el otro solo sirve para crearme mi propio Yo de los otros.

La posmodernidad es una época en la que el tiempo pierde importancia, la nueva cultura del siglo XXI es atemporal, rompiendo la linealidad típica de la modernidad que encadenaba en relación sucesiva el pasado con el futuro mediante la coyuntura circunstancial del presente. Esta transformación se verá aún más pronunciada a partir de la revolución de la tecnología de la información y la comunicación que conquista nuevos límites temporales y los elimina.

Incluso los nuevos modos de comunicación apuntalan esa atemporalidad ya que el hipertexto propone la muerte de la linealidad del texto escrito, al que puede accederse desde cualquier posición, desde cualquier costado, en cualquier sentido, mediante una lectura reticular, hipermoderna.

De este modo hoy el ordenamiento de los sucesos pierde su ritmo cronológico, lo cual genera una cultura al mismo tiempo de lo eterno y de lo efímero. La eliminación de la secuenciación crea un tiempo indiferenciado, equivalente a lo eterno, efímero, un tiempo atomizado que se traduce en una supuesta aceleración que impulsa el cambio permanente, el movimiento incesante.

¹² Hedonia, capacidad de sentir placer.

¹³ Anhedonia, incapacidad de sentir placer.

¹⁴ Bude, Heinz, La Sociedad del Miedo. Barcelona, Herder, 2017

Byung Chul Han considera que no hay exactamente una aceleración del tiempo sino que estamos frente a un estallido temporal. Antes la coordenada del tiempo consistía en una serie de sucesos ligados uno a otro por la duración del tiempo en una sucesión lineal infinita, como un collar que enhebra sus cuentas una tras otra; hoy esa duración entre suceso y suceso es la que termina aniquilada por nuestra forma de vida, porque la demora nos resulta insoportable y eliminamos los intervalos entre los sucesos, como si quitáramos el hilo temporal que enhebra los hechos dejando que las cuentas se disparen en distintos planos y direcciones.

De este modo explica Han que se comporta el tiempo para nuestro nuevo modelo cultural, no acelerándose, porque para acelerar necesitaríamos seguir entendiendo el tiempo en forma lineal, sino atomizándose en cantidad de hechos simultáneos, que acontecen sin demoras, sin pausas, sin descansos, sin vacíos.

El tiempo de los proyectos y los ideales utópicos deja paso entonces al diseño de la vida diaria, porque la vida es hoy, no hay tiempo para resignar nada con vista al futuro, solo el ahora. El tiempo de los héroes y el sacrificio ha pasado, es hora del hombre común y el disfrute. Mientras que la modernidad podía reflejarse en el viejo mito de Prometeo, el hombre capaz de robar el poder a los dioses, el hombre/dios cuya voluntad todo lo puede; la hipermodernidad tiene su figura mítica en Dionisio, el dios de la fiesta, del éxtasis, del disfrute, de la sensualidad oriental; hemos pasado del Hombre Prometeico al Hombre Dinoisíaco.

La obsolescencia acelerada, el reinado de la moda, la cultura de la urgencia, la satisfacción inmediata del deseo, el gusto por el consumo, la superficialidad, la imagen, la experiencia cultural, la primacía del zapping, la innovación permanente, la obsesión por el presente, la estetización, la mercantilización del tiempo, son todos factores de la hipermodernidad que dejan en claro la emergencia de un tiempo efímero y fugaz, donde prima lo ligero, lo suave, lo lúdico, que rehuye de lo profundo y de lo reflexivo, porque para la profundidad y la reflexión se requiere detenerse en la pura duración del tiempo, esa que hemos aniquilado.

La ligereza del placer ya no es aquella característica considerada indigna por el pensamiento tradicional moderno, no es pecado ni genera vergüenza, hoy se afirma como el ideal de vida acorde con el verdadero deseo humano. Una vida sin placer ya no es considerada una vida recomendable, vivir sin ligereza se vuelve sinónimo de vida aburrida.

La personalidad del hombre y la mujer hipermodernos vive el “ahora”, sin sacrificios por ningún pasado ni futuro, vale entonces solo aplicarse a la satisfacción en el presente abandonando cualquier pretensión trascendente.

Según C. Lasch “estamos perdiendo rápidamente el sentido de la continuidad histórica, de pertenecer a una sucesión de generaciones surgidas en el pasado y proyectadas hacia el futuro. Se desvanece el sentido del tiempo histórico”.

Con el auge de lo efímero las sociedades modifican también la coordenada espacial ya que sin pasado no hay Historia y sin futuro no hay proyecto ligado al espacio, y el hombre del siglo XXI se encuentra entonces huérfano de cualquier arraigo, pierde vínculo con las instituciones de pertenencia, se transforma lentamente en un habitante de los flujos, pierde identidad local, se van construyendo identidades globales.

De nuevo el tiempo y el espacio mezclan sus incidencias y entrelazan sus implicancias, son expresiones de la sociedad, el tiempo efímero y el espacio de los flujos expresan a la sociedad del Siglo XXI.

Una faceta particular de la posmodernidad es el abandono del ordenamiento disciplinario que era parte sustancial de la vieja cultura. Ahora el exceso pasa a ser la norma, antiguamente la norma era la enemiga del exceso, hoy, cuando las normas se debilitan o se ausentan, nada parece ser excesivo.

La Sociedad Disciplinaria de la Modernidad tenía una referencia directa con el Otro diferente y con la relación vertical de dominio, donde las acciones se subordinaban a un universo de reglas y normas, escritas y no escritas, que definían qué hacer y qué cosa no hacer, y por ende lo que estaba correcto y lo incorrecto, y como consecuencia de ello los castigos pertinentes a la violación de la norma.

Hoy la desaparición del Otro como distinto y la ruptura de las relaciones de autoridad vertical, pone a todos los Yo en el mismo nivel, horizontales, sin normas externamente estipuladas y sin directivas externamente emitidas, el hombre y mujer posmodernos se liberan de la rigidez normativa para asumir cada uno a su modo su propia versión de lo correcto y lo incorrecto, y por ende, asumirán los costos de sus decisiones en medio de una sociedad flexible, en la que la norma pierde su sentido dentro de la relativización de su cumplimiento a partir de la libre decisión de las personas.

La era hipermoderna es un tiempo suave (soft), ligero (ligh), emocional. Mientras la conciencia racional se torna sospechosa, el deseo erótico, las ilusiones y los sueños inconscientes salen a la luz ya liberados de las viejas barreras racionales.

Donde domina el Deseo ya no hay represión sino expresión y satisfacción, hay libertad(es) individual(es), pero en ese marco donde todo es posible para cada persona, aparece de manera ineludible la posibilidad de los fracasos, mucho más significativo cuando vivimos en una cultura que tiene como meta el imperativo del éxito y del “sí, se puede”, de una exigencia irrefrenable de rendimiento en todos los ámbitos, desde el laboral hasta el sexual.

Vivimos una Sociedad del Sí, en la que el No aparece como una valor despreciable, decimos Sí porque nos exige nuestra propia conciencia de rendimiento, y decimos Sí para eludir el conflicto y someternos a los que los demás esperan de nosotros. El No era la palabra preferida de la vieja Modernidad, prohibitiva y represiva, en cambio el Sí es la palabra que identifica a nuestro tiempo posmoderno, que persigue la satisfacción y el acuerdo con los otros que no es otra cosa que el acuerdo conmigo mismo, el Sí me convierte en parte de un conjunto de iguales pero también arroja sobre nuestras espaldas la total y absoluta responsabilidad de nuestros actos, para bien y para mal, sin contar las condiciones envueltas en las decisiones.

Una de las derivaciones directas de la satisfacción del Deseo en la Posmodernidad es el consumo, ya que en un mundo donde lo comercial está omnipresente la casi totalidad de los deseos humanos pueden ser satisfechos por el mercado. La aparición del marketing es una señal clara de esta realidad que revela la característica consumista del nuevo hombre posmoderno, el que dejó

de lado el valor moderno de la reputación que abreva en la historia personal para abrazar el valor posmoderno de la personalidad que se manifiesta en la imagen.

El mundo de la hipermodernidad es un gran escenario donde todo se experimenta y se representa, y en ese escenario dominan el Hedonismo y el Narcisismo, goce y belleza como premisas vitales.

Un hedonista es un Hombre hiperconsumista. Porque, además, la verdadera satisfacción está en la búsqueda del deseo y no en su concreción, está en el viaje y no en la llegada, está en la ambición del consumo y no en el posconsumo que es siempre evitado iniciando un nuevo camino hacia un nuevo consumo.

El narcisista no es quien se ama a sí mismo, comportamiento que no tiene nada de patológico porque no excluye el amor al otro, porque a diferencia del narcisista, quien se ama a sí mismo no invisibiliza al otro ni solo percibe al mundo como reflejo de sí mismo. En cambio el narcisista ahoga su yo en sí mismo, absorbe todas las energías, toda la libido que se dirigía a los objetos se revierte para sí, y sin el otro no hay mirada que reconoce, que confirma, el narcisismo hace del otro un instrumento, un ser meramente funcional.¹⁵

El analista francés Michel Maffesoli ubica en este escenario el cambio de la concepción de la idea de “trabajo”, que pasa de ser un “deber” a ser una opción, ya no el trabajo por el trabajo mismo, sino el trabajo como constructor de una vida como obra de arte,¹⁶ aunque también cuenta el revés de la trama que plantea el filósofo coreano Byung Chul-Han quien sostiene la idea de que el trabajo como opción y no como deber es un espejismo ya que en realidad es una falsa opción frente a la práctica incesante del consumo, el hombre “acepta” trabajar y se entrega a un ideal de rendimiento sin límites, que la sociedad le plantea como posible, y así se transforma en su propio explotador, el explotador perfecto.¹⁷

Y aquí se enlaza con el otro principio referencial de la hipermodernidad que es el Narcisismo, la búsqueda de la belleza, pero no solo la propia belleza sino una tendencia persistente a la estetización de la vida en su totalidad.

Vale aquí hacer dos aclaraciones, la primera es que la belleza fundamental a la que aspira el Hombre posmoderno no solo es interna sino esencialmente exterior, coincidente con la celebración de lo externo y lo superficial y la valorización de la imagen; la segunda es que se trata de la propia belleza, lo cual revela un grado de individualismo creciente, en el que la importancia está en UNO MISMO, donde el hombre hipermoderno se funde consigo mismo. Hiperindividualismo al que Lipovetsky llama “personalismo”, y que Maffesoli entiende como el paso del individuo indivisible y único de la modernidad a la persona plural y diversa de la hipermodernidad.

El narcisismo es el detonante del culto a la juventud, obvia consecuencia de la idea de que solo hay un tiempo, el presente. Si la belleza primordial es la exterior para ella no hay nada más amenazante que el paso del tiempo, un tiempo que la posmodernidad se empeña en ocultar,

¹⁵ Han, Byung-Chul, *La expulsión de lo distinto*. Barcelona, Herder, 2017

¹⁶ Según un informe de FLACSO publicado por IEco Clarín para los jóvenes argentinos entre 24 y 30 años no es atractivo un trabajo para toda la vida. El promedio de tiempo continuado en un mismo trabajo es de 6 años.

¹⁷ Byung Chul-Han, *La Sociedad del Cansancio*. Buenos Aires, Herder, 2014

siendo la preservación (por todos los medios) de la eterna juventud el medio adecuado para esconderlo.

La posmodernidad/hipermodernidad cumple la tarea de sostener las transformaciones del nuevo siglo a partir del deseo, narcisismo y hedonismo que son fuerzas concurrentes que alimentan los principales objetivos dinamizadores del nuevo orden: el consumo de un mundo convertido en mercancía y la posibilidad de hacer de la propia vida un abanico inacabable de posibilidades sin más límites que la propia responsabilidad, la responsabilidad de un individuo que ha perdido el sostén colectivo y que se somete a su propio imperativo de poder hacer.

Se renueva allí la idea dominante en nuestro siglo acerca de que las personas son ellas más allá de sus condiciones socio-históricas y que el resultado de sus actos son absoluta responsabilidad de sí mismos, el reino del “sí, tu puedes”. De aquí se desprende la tendencia a pensar al rico como gestor de su riqueza y al pobre culpable de su pobreza, ya que se piensan las conductas como individuales y no como fruto del accionar colectivo, y a las personas como un conjunto de individualidades liberadas de vínculos institucionales.

Para la cultura hipermoderna la realidad es cambiante y difícilmente abordable, por lo tanto incierta, caótica y solo probable, rechazando la vieja idea de una realidad fija y cognoscible que comenzó a quebrarse a partir de las nuevas teorías sobre la materia y la energía que anularon el principio de la física clásica que consideraba a la materia impenetrable.

El Universo ya no es aquel reloj estable y determinado de Newton, sino un “modelo caótico de evolución”,¹⁸ Un mundo que no se compone de verdades sino de probabilidades.¹⁹

Como sostiene Zygmunt Bauman, la característica más notoria de la hipermodernidad es que sospecha de la certeza y no promete ninguna garantía. Porque si ya no se concibe la existencia de UNA realidad fija y cognoscible, UNA verdad que conocer, sino realidades individuales, muchas verdades circunstanciales, entonces no se puede construir ningún *metarrelato* general (visión englobadora de la realidad, eso alguna vez llamado ideología) a la manera del marxismo o el psicoanálisis, sino un conjunto de discursos (*juegos de lenguaje* según la terminología posmoderna de Lyotard) que van creando el mundo al comunicarlo y que por lo tanto pueden ser más de uno, relatos de una misma realidad simultáneos y todos igualmente válidos. La realidad está en función del lenguaje que utilizamos para explicarla o interactuar con ella, la realidad hipermoderna se construye con “palabras”, un “giro semiolingüístico” construyendo el relato de la realidad.

En la comunicación radica buena parte del Poder, por esta razón es que en la nueva cultura hipermoderna la Comunicación (con mayúscula) es tan importante, tanto como para el viejo paradigma cultural lo eran la física o la historia.

¹⁸ Las ciencias físicas siempre han sido un referente fundamental de la filosofía (baste relevar el panorama de la filosofía griega clásica como ejemplo), y hoy día la teoría del caos, la teoría de la incertidumbre o la teoría de la incompletud reflejan la importancia creciente de conceptos tales como indeterminación, contingencia, codeterminación y diversidad, es decir, todos conceptos opuestos a los de certeza y verdad.

¹⁹ La primera concepción de la realidad fue la mecanicista, que la entiende como reversible y repetitiva y por ello determinista. La segunda concepción es la realidad cuántica inaccesible, probable y relativa. La tercera concepción es la de Prygogyne, de un universo en construcción, inestable, impredecible, únicamente probable.

La Historia ya no tiene importancia para la posmodernidad ya que no se considera una referencia para comprender el presente sino una simple colección de fragmentos narrativos pasados que pueden reciclarse, porciones de presente ubicados en el pasado, no una línea de tiempo cronológico sino una red de sucesos sin finalidad establecida.

Por ello el arte posmoderno recoge un collage de estilos históricos unidos para sorprender y estimular, eclecticismo, mezcla de códigos, derrumbe del concepto de alta cultura, disolución de la frontera entre vida cotidiana y arte, donde TODO VALE.

Simbiosis de arte, cultura de elite, cultura popular y mercado, consumo de un mainstream global por el sistema de medios. Simbiosis de arte, moda y mercado; donde el valor artístico ha dejado de medirse por su importancia estética para hacerlo por su cotización. El universo artístico deja de regirse por la tradición y la búsqueda estética, ahora al igual que la moda, busca la renovación constante y la velocidad de los cambios en un mercado global.

El arte se integra a los circuitos de consumo, cualquier cosa puede estetizarse, ser considerada arte y consumirse. Mientras el diseño y la moda confluyen con el arte e ingresan a los museos, al mismo tiempo el arte se masifica y se introduce en la industria.

“El pastiche, el retro, el derrumbe de las jerarquías simbólicas” explican, para Mike Featherstone, la integración de las manifestaciones artísticas plenamente en una cultura del consumo.

Las palabras y las cosas pasan a ser elementos intercambiables y con posibilidades de adicionarse al infinito sin que a nadie le llame la atención, es lo que se ha dado en llamar *pastiche* cultural, una sucesión de elementos a la manera de un clip de video, imágenes que se suceden a la velocidad del rayo sin contexto o coherencia aparente, una mezcla incesante de elementos reciclados sin valor en sí mismos, un inmenso collage de componentes cuyo único valor es la superficie de su imagen.

En la hipermodernidad todo es relativo, nada es definitivo, nada es bueno o malo, todo es aceptable, nada es cuestionable definitivamente. Todo valor es similar a otro, por lo tanto todo valor se disuelve, se mestiza, se mezcla, se hibrida.

Aquella estricta realidad binaria y dialéctica de la modernidad deja lugar a una apertura hacia múltiples opciones. Verdades múltiples, sexualidades diversas, ideologías gaseosas, industrializaciones periféricas, prosumidores, desaparición de la frontera público/privado, realidades virtuales, entre tantas alternativas abiertas domina el oximoron en el cual los opuestos se mixturán para generar nuevos sentidos.

En nuestro tiempo todo se respeta sin afectar rangos ni jerarquías. Contra lo establecido e impuesto se erige el dios de la comunicación y el consenso, del mundo disciplinar del padre al universo horizontal de los hermanos.

Desaparece la autoridad del que sabe. El poder de los intelectuales para generar sentido en las sociedades ha sido desplazado por el de los medios y su agenda cotidiana de temas. El poder del crítico se disuelve en una red de opinadores en la red que recomiendan los consumos culturales desde la coincidencia del gusto, porque como manifestó Sharon Zukin en 1982, el arte se ha

convertido en un modo de hacer en lugar de un modo de ver, por lo tanto se rompe el elitismo moderno y todos podemos ser artistas y expresar nuestra creatividad y nuestras opiniones sobre el hecho artístico.²⁰

Como hemos dicho el término *pos-modernidad* fue puesto en análisis e incluso suplantado por el de *hiper-modernidad*, ambos términos se revelan como un significado en sí mismo, ya que el nuevo modelo cultural es el tiempo de lo *pos* y de lo *hiper*.

Es muy común observar definiciones con el prefijo *hiper* que revelan el carácter excesivo de nuestro modelo cultural, mundo de hipermercados llenos de hiperconsumidores sumidos en el hiperindividualismo que se encuentran hiperconectados viviendo en la hiperrealidad de los hipertextos y la hipercomunicación.

Del mismo modo que somos una pos-sociedad conformada por pos-ciudadanos en un sistema económico pos-industrial inmersa en una cultura pos-tradicional regida por un modelo político pos-democrático.

Esto revela una incapacidad de los analistas para configurar el nuevo modelo por sus características propias recurriendo a categorías pasadas, por ello también se utiliza el prefijo *neo* recuperando ideas del pasado: neo-liberal, neo-nazi, neo-fascista, neo-imperialista, neo-comunista.

Tanto el *pos* como el *neo* revelan un cambio sustancial de la nueva cultura y es que no es un tiempo de generación sino de conservación, es un tiempo que a falta de novedades se alimenta de circunstancias, fenómenos y procesos ya concluidos para tratar de insuflarle vida, se trata de mutaciones y superaciones de ideas previas. En este intento lo que recupera es solamente la forma exterior del fenómeno ya que la sustancia histórica que promovió esas circunstancias ya no existe, expurgados de su espíritu vital.

Pueden traerse al presente formas de vestir que en otros tiempos causaban escozor, simplemente porque su costado cuestionador o transgresor ha sido eliminado, o convertido en un espectáculo mediático, como la actuación de los Rolling Stones que en otros tiempos era tildada de subversiva o satánica para audiencias de jóvenes desadaptados y hoy es un espectáculo mediático para el consumo masivo a nivel global. Inclusive nuestro actual modelo cultural somete a la maquinaria de desgaste y desustancialización a las ideas políticas más transgresoras.

Lo que queda entonces es simplemente un reciclaje cultural, una recuperación de materiales y formas pasadas para construir algo diferente, no exactamente nuevo, pero sin el espíritu que alguna vez acompañara a esas formas materiales originales.

Este reciclaje cultural admite entonces cualquier tipo de material, no importa cuál haya sido el espíritu histórico y social que le sustentase, porque para el pensamiento hipermoderno el pasado no es tenido en cuenta y el futuro no existe, “ataúdes flotantes, llevados por la corriente, eso es el pasado (para los hipermodernos)”, dice Alessandro Baricco.²¹

Es posible entonces unir elementos contradictorios porque han sido previamente vaciados de

²⁰ Rosler, Martha, Clase Cultural, Arte y Gentrificación. Buenos Aires, Caja Negra, 2017

²¹ Baricco, Alessandro, Los Bárbaros. Ensayos sobre la Mutación. Barcelona, Anagrama, 2007

contenido, y esto se puede ver en las posiciones de los partidos políticos que en su discurso se permiten relacionar conceptos como justicia social y libertad de mercado, por ejemplo, simplemente porque su sentido histórico ha sido eliminado y los términos vaciados de su contenido transformador, o también en las expresiones artísticas que relacionan estilos otrora diversos en lo que se llama el espacio de lo ecléctico.

Las condiciones culturales de la posmodernidad, nuestra forma de vivir en este nuevo tiempo, constituyen el sustrato vital sobre el que se construyen las transformaciones sociales, políticas y económicas que dan forma a un nuevo paradigma de comprensión de la realidad, el paradigma del siglo XXI.

LA ERA DEL VACÍO

Ensayos sobre el individualismo posmoderno

Gilles Lipovetsky

PREFACIO

Los presentes artículos y estudios no tienen otro nexo de unión que el de plantear todos ellos, aunque a niveles diferentes, el mismo problema general: la conmoción de la sociedad, de las costumbres, del individuo contemporáneo de la era del consumo masificado, la emergencia de un modo de socialización y de individualización inédito, que rompe con el instituido desde los siglos XVII y XVIII. Desvelar esa mutación histórica aún en curso es el objeto de estos textos, considerando que el universo de los objetos, de las imágenes, de la información y de los valores hedonistas, permisivos y psicologuitas que se le asocian, han generado una nueva forma de control de los comportamientos, a la vez que una diversificación incomparable de los modos de vida, una imprecisión sistemática de la esfera privada, de las creencias y los roles, dicho de otro modo, una nueva fase en la historia del individualismo occidental. Nuestro tiempo sólo consiguió evacuar la escatología revolucionaria, base de una revolución permanente de lo cotidiano y del propio individuo: privatización ampliada, erosión de las identidades sociales, abandono ideológico y político, desestabilización acelerada de las personalidades; vivimos una segunda revolución individualista.

Una idea central ordena los análisis que a continuación se ofrecen; a medida que se desarrollan las sociedades democráticas avanzadas, éstas encuentran su inteligibilidad a la luz de una lógica nueva que llamamos aquí el proceso de personalización, que no cesa de remodelar en profundidad el conjunto de los sectores de la vida social. Evidentemente no todas las esferas se han reestructurado en el mismo grado ni de la misma forma por el proceso en curso, y tampoco ignoramos los límites de las teorías que se esfuerzan, en unificar el todo social bajo un principio simple, cuando es manifiesto que nuestras sociedades emplean una pluralidad de criterios específicos. Si, a pesar de ello, hemos mantenido la idea de un esquema homogéneo, se debe al hecho de que ante todo se intentó no tanto establecer una reseña instantánea del momento actual como tratar las líneas de transformación, la tendencia primordial que dispone a la escala de la historia las instituciones, los modos de vida, las aspiraciones y finalmente las personalidades. El proceso de personalización procede de una perspectiva comparativa e histórica, designa la línea directriz, el sentido de lo nuevo, el tipo de organización y de control social que nos arranca del orden disciplinario-revolucionario-convencional que prevaleció hasta los años cincuenta. Ruptura con la fase inaugural de las sociedades modernas, democráticas-disciplinarias, universalistas-rigoristas, ideológicas-coercitivas, tal es el sentido del proceso de personalización cuya asimilación a una estrategia de recambio del capital, aunque tenga aspecto humano, resulta absolutamente limitada. Cuando un mismo proceso anexiona en movimiento sincrónico el conjunto de un sistema, es ilusorio querer reducirlo a una función local instrumental, aunque sea cierto que puede contribuir con eficacia a la reproducción o al aumento de la plusvalía. La hipótesis que se propone es otra: se trata de una mutación sociológica global que está en curso, una creación histórica próxima a lo que Castoriadis denomina «significación imaginaria central», combinación sinérgica de organizaciones y de significaciones, de acciones y valores, iniciada a partir de los años veinte —sólo las esferas artísticas y psicoanalíticas la anticiparon en algunos decenios—, y que no cesa de ampliar sus efectos desde la Segunda Guerra Mundial.

Negativamente, el proceso de personalización remite a la fractura de la socialización disciplinaria; positivamente, corresponde a la elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades, el sexo y la asunción de los «factores humanos», en el culto a lo natural, a la cordialidad y al sentido del humor. Así opera el proceso de personalización, nueva manera para la sociedad de organizarse y orientarse, nuevo modo de gestionar los comportamientos, no ya por la tiranía de los detalles sino por el mínimo de coacciones y el máximo de elecciones privadas posible, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible. Proceso de personalización en la medida en que las instituciones desde este momento se adaptan a las motivaciones y deseos, incitan a la participación, habilitan el tiempo libre y el ocio, manifiestan una misma tendencia a la humanización, a la diversificación, a la psicologización de las modalidades de la socialización: después de la educación autoritaria y mecánica, el régimen homeopático y cibernético; después de la administración imperativa, la programación opcional, a la carta. Nuevos procedimientos inseparables de nuevas finas y legitimidades sociales: valores hedonistas, respeto por las diferencias, culto a la liberación personal, al relajamiento, al humor y a la sinceridad, al psicologismo, a la expresión libre: es decir, que priva una nueva significación de la autonomía dejando muy atrás el ideal que se fijó la edad democrática autoritaria. Hasta fecha en realidad reciente, la lógica de la vida política, productiva, moral, escolar, asilar, consistía en sumergir al individuo en reglas uniformes, eliminar en lo posible las formas de preferencias y expresiones singulares, ahogar las particularidades idiosincrásicas en una ley homogénea y universal, ya sea la «voluntad general», las convenciones sociales, el imperativo moral, las reglas fijas y estandarizadas, la sumisión y abnegación exigidas por el partido revolucionario: todo ocurrió como si los valores individualistas en el momento de su aparición debieran ser enmarcados por sistemas de organización y sentido que conjurasen de manera implacable su indeterminación constructiva. Lo que desaparece es esa imagen rigorista de la libertad, dando paso a nuevos valores que apuntan al libre despliegue de la personalidad íntima, la legitimación del placer, el reconocimiento de las peticiones singulares, la modelación de las instituciones en base a las aspiraciones de los individuos.

El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente. Por supuesto que el derecho a ser íntegramente uno mismo, a disfrutar al máximo de la vida, es inseparable de una sociedad que, ha erigido al individuo libre como valor cardinal y "no es más que la manifestación última de la ideología individualista; pero es la transformación de los estilos de vida unida a la revolución del consumo lo que ha permitido ese desarrollo de los derechos y deseos del individuo, esa mutación en el orden de los valores individualistas. Salto adelante de la lógica individualista: el derecho a la libertad, en teoría ilimitado pero hasta entonces circunscrito a lo económico, a lo político, al saber, se instala en las costumbres y en lo cotidiano. Vivir libremente sin represiones, escoger íntegramente el modo de existencia de cada uno: he aquí el hecho social y cultural más significativo de nuestro tiempo, la aspiración y el derecho más legítimos a los ojos de nuestros contemporáneos.

El proceso de personalización: estrategia global, mutación general en el hacer y querer de nuestras sociedades. Sin embargo, convendría distinguir es él dos caras. La primera, «limpia» u operativa, designa el conjunto de los dispositivos fluidos y desestandarizados, las formas de sollicitación programada elaborada por los aparatos de poder y gestión que provoca regularmente que los detractores de derechas y sobre todo de izquierdas denuncien, de forma un tanto caricaturesca y grotesca, el condicionamiento generalizado, el infierno refrigerado y «totalitario» de la affluent society. La segunda, a la que podríamos llamar «salvaje» o «paralela», proviene de la

voluntad de autonomía y de particularización de los grupos e individuos: neofeminismo, liberación de costumbres y sexualidades, reivindicaciones de las minorías regionales y lingüísticas, tecnologías psicológicas, deseo de expresión y de expansión del yo, movimientos «alternativos», por todas partes asistimos a la búsqueda de la propia identidad, y no ya de la universalidad que motiva las acciones sociales e individuales. Dos polos que poseen sin duda sus especificidades pero que no por ello dejan de esforzarse en salir de una sociedad disciplinaria, lo que hacen en función de la afirmación aunque también de la explotación del principio de las singularidades individuales.

El proceso de personalización surgió en el seno del universo disciplinario, de modo que el fin de la edad moderna se caracterizó por la alianza de dos lógicas antinómicas. La anexión cada vez más ostensible de las esferas de la vida social por el proceso de personalización y el retroceso concomitante del proceso disciplinario es lo que nos ha llevado a hablar de sociedad posmoderna, una sociedad que generaliza una de las tendencias de la modernidad inicialmente minoritaria. Sociedad posmoderna: dicho de otro modo, cambio de rumbo histórico de los objetivos y modalidades de la socialización, actualmente bajo la égida de dispositivos abiertos y plurales; dicho de otro modo, el individualismo hedonista y personalizado se ha vuelto legítimo y ya no encuentra oposición; dicho de otro modo, la era de la revolución, del escándalo, de la esperanza futurista, inseparable del modernismo, ha concluido. La sociedad posmoderna es aquella en que reina la indiferencia de masa, donde domina el sentimiento de reiteración y estancamiento, en que la autonomía privada no se discute, donde lo nuevo se acoge como lo antiguo, donde se banaliza la innovación, en la que el futuro no se asimila ya a un progreso ineluctable. La sociedad moderna era conquistadora, creía en el futuro, en la ciencia y en la técnica, se instituyó como ruptura con las jerarquías de sangre y la soberanía sagrada, con las tradiciones y los particularismos en nombre de lo universal, de la razón, de la revolución. Esa época se está disipando a ojos vistas; en parte es contra esos principios futuristas que se establecen nuestras sociedades, por este hecho pos modernas, ávidas de identidad, de diferencia, de conservación, de tranquilidad, de realización personal inmediata; se disuelven la confianza y la fe en el futuro, ya nadie cree en el porvenir radiante de la revolución y el progreso, la gente quiere vivir en seguida, aquí y ahora, conservarse joven y no ya forjar el hombre nuevo. Sociedad posmoderna significa en este sentido retracción del tiempo social e individual, al mismo tiempo, que se impone más que nunca la necesidad de prever y organizar el tiempo colectivo, agotamiento del impulso modernista hacia el futuro, desencanto y monotonía de lo nuevo, cansancio de una sociedad que consiguió neutralizar en la apatía aquello en que se funda: el cambio. Los grandes ejes modernos, la revolución, las disciplinas, el laicismo, la vanguardia han sido abandonados a fuerza de personalización hedonista; murió el optimismo tecnológico y científico al ir acompañados los innumerables descubrimientos por el sobrearmamento de los bloques, la degradación del medio ambiente, el abandono acrecentado de los individuos; ya ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad posmoderna no tiene ni ídolo ni tabú, ni tan sólo imagen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis.

Qué error el haber pregonado precipitadamente el fin de la sociedad de consumo, cuando está claro que el proceso de personalización no cesa de ensanchar sus fronteras. La recesión presente, la crisis energética, la conciencia ecológica, no anuncian el entierro de la era del consumo: estamos destinados a consumir, aunque sea de manera distinta, cada vez más objetos e informaciones, deportes y viajes, formación y relaciones, música y cuidados médicos. Eso es la sociedad posmoderna; no el más allá del consumo, sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización. Consumo de la propia existencia a través de la proliferación de los mass media, del ocio, de las técnicas relacionales, el proceso de

personalización genera el vacío en tecnicolor, la imprecisión existencial en y por la abundancia de modelos, por más que estén amenizados a base de convivencialidad, de ecologismo, de psicologismo. Más exactamente estamos en la segunda fase de la sociedad de consumo, cool y ya no hot, consumo que ha digerido la crítica de la opulencia. Se acabó la idolatría del american way of life de los coches triunfalmente cromados, de grandes estrellas y sueños de Hollywood; concluida la revolución beatnik y el escándalo de las vanguardias, todo eso ha dejado paso, dicen, a una cultura posmoderna detectable por varios signos: búsqueda de calidad de vida, pasión por la personalidad, sensibilidad ecologista, abandono de los grandes sistemas de sentido, culto de la participación y la expresión, moda retro, rehabilitación de lo local, de lo regional, de determinadas creencias y prácticas tradicionales. ¿Será el eclipse de la bulimia cuantitativa anterior? Sí, pero a condición de no perder de vista que estos fenómenos son también manifestaciones del proceso de personalización, estrategias que trabajan para destruir los efectos del modernismo monolítico, el gigantismo, el centralismo, las ideologías duras, la vanguardia. No se trata de oponer la era del consumo «pasivo» a las corrientes llamadas posmodernas, creativas, ecologistas, revivalistas; una y otras rematan el hundimiento de la rígida eta moderna en vistas a una mayor flexibilidad, diversificación, elecciones privadas, en vistas a la reproducción aumentada del principio de las singularidades individuales. La discontinuidad posmoderna no empieza con tal o cual efecto particular, cultural o artístico, sino con la preponderancia histórica del proceso de personalización, con la reestructuración del todo social bajo su propia ley.

La cultura posmoderna representa el polo «superestructural» de una sociedad que emerge de un tipo de organización uniforme, dirigista y que, para ello, mezcla los últimos valores modernos, realza el pasado y la tradición, revaloriza lo local y la vida simple, disuelve la preeminencia de la centralidad, disemina los criterios de lo verdadero y del arte, legítima la afirmación de la identidad personal conforme a los valores de una sociedad personalizada en la que lo importante es ser uno mismo, en la que por Jo tanto cualquiera tiene derecho a la ciudadanía y al reconocimiento social, en la que ya nada debe imponerse de un modo imperativo y duradero, en la que todas las opciones, todos los niveles pueden cohabitar sin contradicción ni postergación. La cultura posmoderna es descentrada y heteróclita, materialista y psi, porno y discreta, renovadora y retro, consumista y ecologista, sofisticada y espontánea, espectacular y creativa; el futuro no tendrá que escoger una de esas tendencias sino que, por el contrario, desarrollará las lógicas duales, la correspondencia flexible de las antinomias. La función de semejante estallido no ofrece duda: paralelamente a los otros dispositivos personalizados, la cultura posmoderna es un vector de ampliación del individualismo; al diversificar las posibilidades de elección, al anular los puntos de referencia, al destruir los sentidos únicos y los valores superiores de la modernidad, pone en marcha una cultura personalizada o hecha a medida, que permite al átomo social emanciparse del balizaje disciplinario-revolucionario.

Sin embargo no es cierto que estemos sometidos a una carencia de sentido, a una deslegitimación total; en la era posmoderna perdura un valor cardinal, intangible, indiscutido a través de sus manifestaciones múltiples: el individuo y su cada vez más proclamado derecho de realizarse, de ser libre en la medida en que las técnicas de control social despliegan dispositivos cada vez más sofisticados y «mundanos». De modo que si el proceso de personalización introduce efectivamente una discontinuidad en la trama histórica, también es cierto que persigue, por otros caminos, una obra secular, la de la modernidad democrática-individualista. Ruptura aquí, continuidad allá, la noción de sociedad posmoderna no expresa otra cosa: concluida, una fase, aparece otra nueva, unida, por lazos más complejos de lo que parecen a primera vista, a nuestros orígenes políticos e ideológicos.

Si es necesario recurrir al esquema del proceso de personalización, no se debe únicamente a las nuevas tecnologías blandas de control sino a los efectos de ese proceso sobre el propio individuo. Con el proceso de personalización el individualismo sufre un aggiornamento que llamamos aquí,

siguiendo a los sociólogos americanos, narcisista: el narcisismo, consecuencia y manifestación miniaturizada del proceso de personalización, símbolo del paso del individualismo «limitado» al individualismo «total», símbolo de la segunda revolución individualista. ¿Qué otra imagen podría retratar mejor la emergencia de esa forma de individualidad dotada de una sensibilidad psicológica, d eses rabil izada y tolerante, centrada en la realización emocional de uno mismo, ávida de juventud, de deporte, de ritmo, menos atada a triunfar en la vida que a realizarse continuamente en la esfera íntima? ¿Qué otra imagen podría sugerir con más fuerza el formidable empuje individualista inducido por el proceso de personalización? ¿Qué otra imagen podría ilustrar mejor nuestra situación presente en la que el fenómeno social crucial ya no es la peí tenencia y antagonismo de clases sino la diseminación de lo social? En la actualidad son más esclarecedores los deseos individualistas que los intereses de clase, la privatización es más reveladora que las relaciones de producción, el hedonismo y psicologismo se imponen más que los programas y formas de acciones colectivas por nuevas que resulten (lucha antinuclear, movimientos regionales, etcétera), el concepto de narcisismo tiene por objeto hacer de eco a esa culminación de la esfera privada.

Permítasenos hacer algunas precisiones y prolongaciones respecto de un asunto que ha suscitado malentendidos. Contrariamente a lo que se haya escrito aquí o allá, el narcisismo no se identifica con la falta de compromiso político del momento; más ampliamente corresponde a la descripción de las posturas políticas e ideológicas y a la sobrevaloración concomitante de las cuestiones subjetivas. Windsurf, skate, ala delta, la sociedad posmoderna es la edad del deslizamiento, imagen deportiva que ilustra con exactitud un tiempo en que la res publica ya no tiene una base sólida, un anclaje emocional estable. En la actualidad las cuestiones cruciales que conciernen a la vida colectiva conocen el mismo destino que los discos más vendidos de los hit-parades, todas las alturas se doblegan, rodo se desliga en una indiferencia relajada. Es esa destitución y trivialización de lo que antaño fue superior lo que caracteriza el narcisismo, no la pretendida situación de un individuo totalmente desconectado de lo social y replegado en su intimidad solipsista. El narcisismo sólo encuentra su verdadero sentido a escala histórica; en lo esencial coincide con el proceso tendencial que conduce a los individuos a reducir la carga emocional invertida en el espacio público o en las esferas trascendentales y correlativamente a aumentar las prioridades de la esfera privada. El narcisismo es indisociable de esa tendencia histórica a la transferencia emocional: igualación-declinación de las jerarquías supremas, hipertrofia del ego, todo eso por descontado puede ser más o menos pronunciado según las circunstancias pero, a la larga, el movimiento parece del todo irreversible porque corona el objetivo secular de las sociedades democráticas. Poderes cada vez más penetrantes, benévolos, invisibles, individuos cada vez más atentos a ellos mismos, «débiles», dicho de otro modo lábiles y sin convicción: la profecía de Tocqueville se cumple en el narcisismo posmoderno.

Así como el narcisismo no puede asimilarse a una estricta despolitización, también es inseparable de un entusiasmo relacional particular, como lo demuestra la proliferación de asociaciones, grupos de asistencia y ayuda mutua. La última figura del individualismo no reside en una independencia soberana asocial sino en ramificaciones y conexiones en colectivos con intereses miniaturizados, hiperespecializados: agrupaciones de viudos, de padres de hijos homosexuales, de alcohólicos, de tartamudos, de madres lesbianas, bulímicos. Debemos, devolver a Narciso al orden de los circuitos y redes integradas: solidaridad de microgrupo, participación y animación benévolas, «redes situacionales», todo eso no se contradice con la hipótesis del narcisismo sino que confirma su tendencia. Ya que lo más notable del fenómeno es, por una parte, la retracción de los objetivos universales si lo comparamos con la militancia ideológica y política de antaño, y por otra, el deseo de encontrarse en confianza, con seres que compartan las mismas preocupaciones inmediatas y circunscritas. Narcisismo colectivo: nos juntamos porque nos parecemos, porque estamos directamente sensibilizados por los mismos objetivos existenciales, El narcisismo no sólo se

caracteriza por la autoabsorción hedonista sino también por la necesidad de reagruparse con seres «idénticos», sin duda para ser útiles y exigir nuevos derechos, pero también para liberarse, para solucionar los problemas íntimos por el «contacto», lo «vivido», el discurso en primera persona: la vida asociativa, instrumento psi. El narcisismo encuentra su modelo en la psicologización de lo social, de lo político, de la escena pública en general, en la subjetivización de todas las actividades antaño impersonales u objetivas. La familia y múltiples organizaciones son ya medios de expresión, tecnologías analíticas y terapéuticas, estamos lejos de la estética monadológica, el neonarcisismo es pop psi.

La edad moderna estaba obsesionada por la producción y la revolución, la edad posmoderna lo está por la información y la expresión. Nos expresamos, se dice, en el trabajo, por los «contactos», el deporte, el ocio, de tal modo que pronto no habrá ni una sola actividad que no esté marcada con la etiqueta «cultural». Ni tan sólo se trata de un "discurso ideológico, es una aspiración de masa cuya última manifestación es la extraordinaria proliferación de las radios libres. Todos somos DJs, presentadores y animadores; ponga la FM, de inmediato le asalta una nube de música, de frases entrecortadas, entrevistas, confidencias, «afirmaciones» culturales, regionales; locales, de barrio, de escuela, de grupos restringidos. Democratización sin precedentes de la palabra: cada uno es incitado a telefonar a la centralita, cada uno quiere decir algo a partir de su experiencia íntima, todos podemos hacer de locutor y ser oídos. Pero es lo mismo que las pintadas en las paredes de la escuela o los innumerables grupos artísticos; cuanto mayores son los medios de expresión, menos cosas se tienen por decir, cuanto más se solicita la subjetividad, más anónimo y vacío es el efecto. Paradoja reforzada aún más por el hecho de que nadie en el fondo está interesado en esa profusión de expresión, con una excepción importante: el emisor o el propio creador. Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor. De ahí esa plétora de espectáculos, exposiciones, entrevistas, propuestas totalmente insignificantes para cualquiera y que ni siquiera crean ambiente: hay otra cosa en juego, la posibilidad y el deseo de expresarse sea cual fuere la naturaleza del «mensaje», el derecho y el placer narcisista a expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registrado amplificado por un «médium». Comunicar por comunicar, expresarse sin otro objetivo que el mero expresar y ser grabado por un micropúblico, el narcisismo descubre aquí como en otras partes su convivencia con la desustancialización posmoderna, con la lógica del vacío.

MODERNIDAD LÍQUIDA

Zygmunt Bauman

Prólogo

Acerca de lo leve y lo líquido

La interrupción, la incoherencia, la sorpresa son las condiciones habituales de nuestra vida. Se han convertido incluso en necesidades reales para muchas personas, cuyas mentes sólo se alimentan [...] de cambios súbitos y de estímulos permanentemente renovados [...] Ya no toleramos nada que dure. Ya no sabemos cómo hacer para lograr que el aburrimiento dé fruto.

Entonces, todo el tema se reduce a esta pregunta: ¿la mente humana puede dominar lo que la mente humana ha creado?

Paul Valéry

La “fluidez” es la cualidad de los líquidos y los gases. Según nos informa la autoridad de la Encyclopædia Britannica, lo que los distingue de los sólidos es que “en descanso, no pueden sostener una fuerza tangencial o cortante” y, por lo tanto, “sufren un continuo cambio de forma cuando se los somete a esa tensión”.

Este continuo e irrecuperable cambio de posición de una parte del material con respecto a otra parte cuando es sometida a una tensión cortante constituye un flujo, una propiedad característica de los fluidos. Opuestamente, las fuerzas cortantes ejercidas sobre un sólido para doblarlo o flexionarlo se sostienen, y el sólido no fluye y puede volver a su forma original.

Los líquidos, una variedad de fluidos, poseen estas notables cualidades, hasta el punto de que “sus moléculas son preservadas en una disposición ordenada solamente en unos pocos diámetros moleculares”; en tanto, “la amplia variedad de conductas manifestadas por los sólidos es resultado directo del tipo de enlace que reúne los átomos de los sólidos y de la disposición de los átomos”. “Enlace”, a su vez, es el término que expresa la estabilidad de los sólidos -la resistencia que ofrecen “a la separación de los átomos”-.

Hasta aquí lo que dice la Encyclopædia Britannica, en una entrada que apuesta a explicar la “fluidez” como una metáfora regente de la etapa actual de la era moderna.

En lenguaje simple, todas estas características de los fluidos implican que los líquidos, a diferencia de los sólidos, no conservan fácilmente su forma. Los fluidos, por así decirlo, no se fijan al espacio ni se atan al tiempo. En tanto los sólidos tienen una clara dimensión espacial pero neutralizan el impacto –y disminuyen la significación– del tiempo (resisten efectivamente su flujo o lo vuelven irrelevante), los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla; por consiguiente, para ellos lo que cuenta es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar: ese espacio que, después de todo, sólo llenan “por un momento”. En cierto sentido, los sólidos cancelan el tiempo; para los líquidos, por el

contrario, lo que importa es el tiempo. En la descripción de los sólidos, es posible ignorar completamente el tiempo; en la descripción de los fluidos, se cometería un error grave si el tiempo se dejara de lado. Las descripciones de un fluido son como instantáneas, que necesitan ser fechadas al dorso.

Los fluidos se desplazan con facilidad. “Fluyen”, “se derraman”, “se desbordan”, “salpican”, “se vierten”, “se filtran”, “gotean”, “inundan”, “rocían”, “chorrean”, “manan”, “exudan”; a diferencia de los sólidos, no es posible detenerlos fácilmente –sortean algunos obstáculos, disuelven otros o se filtran a través de ellos, empapándolos–. Emergen incólumes de sus encuentros con los sólidos, en tanto que estos últimos –si es que siguen siendo sólidos tras el encuentro– sufren un cambio: se humedecen o empapan. La extraordinaria movilidad de los fluidos es lo que los asocia con la idea de “levedad”. Hay líquidos que en pulgadas cúbicas son más pesados que muchos sólidos, pero de todos modos tendemos a visualizarlos como más livianos, menos “pesados” que cualquier sólido. Asociamos “levedad” o “livianidad” con movilidad e inconstancia: la práctica nos demuestra que cuanto menos cargados nos desplazamos, tanto más rápido será nuestro avance.

Estas razones justifican que consideremos que la “fluidez” o la “liquidez” son metáforas adecuadas para aprehender la naturaleza de la fase actual –en muchos sentidos nueva– de la historia de la modernidad.

Acepto que esta proposición pueda hacer vacilar a cualquiera que esté familiarizado con el “discurso de la modernidad” y con el vocabulario empleado habitualmente para narrar la historia moderna. ¿Acaso la modernidad no fue desde el principio un “proceso de licuefacción”? ¿Acaso “derretir los sólidos” no fue siempre su principal pasatiempo y su mayor logro? En otras palabras, ¿acaso la modernidad no ha sido “fluida” desde el principio?

Éstas y otras objeciones son justificadas, y parecerán más justificadas aun cuando recordemos que la famosa expresión “derretir los sólidos”, acuñada hace un siglo y medio por los autores del Manifiesto comunista, se refería al tratamiento con que el confiado y exuberante espíritu moderno aludía a una sociedad que encontraba demasiado estancada para su gusto y demasiado resistente a los cambios ambicionados, ya que todas sus pautas estaban congeladas. Si el “espíritu” era “moderno”, lo era en tanto estaba decidido a que la realidad se emancipara de la “mano muerta” de su propia historia... y eso sólo podía lograrse derritiendo los sólidos (es decir, según la definición, disolviendo todo aquello que persiste en el tiempo y que es indiferente a su paso e inmune a su fluir). Esa intención requería, a su vez, la “profanación de lo sagrado”: la desautorización y la negación del pasado, y primordialmente de la “tradicición” –es decir, el sedimento y el residuo del pasado en el presente–. Por lo tanto, requería asimismo la destrucción de la armadura protectora forjada por las convicciones y lealtades que permitía a los sólidos resistirse a la “licuefacción”.

Recordemos, sin embargo, que todo esto no debía llevarse a cabo para acabar con los sólidos definitivamente ni para liberar al nuevo mundo de ellos para siempre, sino para hacer espacio a nuevos y mejores sólidos; para reemplazar el conjunto heredado de sólidos defectuosos y deficientes por otro, mejor o incluso perfecto, y por eso mismo inalterable. Al leer el Ancien Régime [El Antiguo Régimen y la Revolución] de De Tocqueville, podríamos preguntarnos además hasta qué punto esos “sólidos” no estaban de antemano resentidos, condenados y destinados a la licuefacción, ya que se habían oxidado y enmohecido, tornándose frágiles y poco confiables. Los tiempos modernos encontraron a los sólidos premodernos en un estado bastante avanzado de desintegración; y uno de los motivos más poderosos que estimulaba su disolución era el deseo de descubrir o inventar sólidos cuya solidez fuera –por una vez– duradera, una solidez en la que se pudiera confiar y de la que se pudiera depender, volviendo al mundo predecible y controlable.

Los primeros sólidos que debían disolverse y las primeras pautas sagradas que debían profanarse eran las lealtades tradicionales, los derechos y obligaciones acostumbrados que ataban de pies y manos, obstaculizaban los movimientos y constreñían la iniciativa. Para encarar seriamente la tarea de construir un nuevo orden (¡verdaderamente sólido!), era necesario deshacerse del lastre que el viejo orden imponía a los constructores. “Derretir los sólidos” significaba, primordialmente, desprenderse de las obligaciones “irrelevantes” que se interponían en el camino de un cálculo racional de los efectos; tal como lo expresara Max Weber, liberar la iniciativa comercial de los grilletes de las obligaciones domésticas y de la densa trama de los deberes éticos; o, según Thomas Carlyle, de todos los vínculos que condicionan la reciprocidad humana y la mutua responsabilidad, conservar tan sólo el “nexo del dinero”. A la vez, esa clase de “disolución de los sólidos” destrababa toda la compleja trama de las relaciones sociales, dejándola desnuda, desprotegida, desarmada y expuesta, incapaz de resistirse a las reglas del juego y a los criterios de racionalidad inspirados y moldeados por el comercio, y menos capaz aun de competir con ellos de manera efectiva.

Esa fatal desaparición dejó el campo libre a la invasión y al dominio de (como dijo Weber) la racionalidad instrumental, o (como lo articuló Marx) del rol determinante de la economía: las “bases” de la vida social infundieron a todos los otros ámbitos de la vida el status de “superestructura” —es decir, un artefacto de esas “bases” cuya única función era contribuir a su funcionamiento aceitado y constante—. La disolución de los sólidos condujo a una progresiva emancipación de la economía de sus tradicionales ataduras políticas, éticas y culturales. Sedimentó un nuevo orden, definido primariamente en términos económicos. Ese nuevo orden debía ser más “sólido” que los órdenes que reemplazaba, porque —a diferencia de ellos— era inmune a los embates de cualquier acción que no fuera económica. Casi todos los poderes políticos o morales capaces de trastocar o reformar ese nuevo orden habían sido destruidos o incapacitados, por debilidad, para esa tarea. Y no porque el orden económico, una vez establecido, hubiera colonizado, reeducado y convertido a su gusto el resto de la vida social, sino porque ese orden llegó a dominar la totalidad de la vida humana, volviendo irrelevante e inefectivo todo aspecto de la vida que no contribuyera a su incesante y continua reproducción.

Esa etapa de la carrera de la modernidad ha sido bien descrita por Claus Offe (en “The utopia of the zero option”, publicado por primera vez en 1987 en Praxis International): las sociedades complejas “se han vuelto tan rígidas que el mero intento de renovar o pensar normativamente su ‘orden’ —es decir, la naturaleza de la coordinación de los procesos que se producen en ellas— está virtualmente obturado en función de su futilidad práctica y, por lo tanto, de su inutilidad esencial”. Por libres y volátiles que sean, individual o grupalmente, los “subsistemas” de ese orden se encuentran interrelacionados de manera “rígida, fatal y sin ninguna posibilidad de libre elección”. El orden general de las cosas no admite opciones; ni siquiera está claro cuáles podrían ser esas opciones, y aun menos claro cómo podría hacerse real alguna opción viable, en el improbable caso de que la vida social fuera capaz de concebirla y gestarla. Entre el orden dominante y cada una de las agencias, vehículos y estrategias de cualquier acción efectiva se abre una brecha —un abismo cada vez más infranqueable, y sin ningún puente a la vista—.

A diferencia de la mayoría de los casos distópicos, este efecto no ha sido consecuencia de un gobierno dictatorial, de la subordinación, la opresión o la esclavitud; tampoco ha sido consecuencia de la “colonización” de la esfera privada por parte del “sistema”. Más bien todo lo contrario: la situación actual emergió de la disolución radical de aquellas amarras acusadas —justa o injustamente— de limitar la libertad individual de elegir y de actuar. La rigidez del orden es el artefacto y el sedimento de la libertad de los agentes humanos. Esa rigidez es el producto general de “perder los frenos”: de la desregulación, la liberalización, la “flexibilización”, la creciente fluidez, la liberación de los mercados financiero, laboral e inmobiliario, la disminución de las cargas impositivas, etc. (como señalara Offe en “Binding, shackles, brakes”, publicado por primera vez en

1987); o (citando a Richard Sennett en *Flesh and Stone* [Carne y piedra]), de las técnicas de “velocidad, huida, pasividad” –en otras palabras, técnicas que permiten que el sistema y los agentes libres no se comprometan entre sí, que se eludan en vez de reunirse–. Si ha pasado la época de las revoluciones sistémicas, es porque no existen edificios para alojar las oficinas del sistema, que podrían ser invadidas y capturadas por los revolucionarios; y también porque resulta extraordinariamente difícil, e incluso imposible, imaginar qué podrían hacer los vencedores, una vez dentro de esos edificios (si es que primero los hubieran encontrado), para revertir la situación y poner fin al malestar que los impulsó a rebelarse. Resulta evidente la escasez de esos potenciales revolucionarios, de gente capaz de articular el deseo de cambiar su situación individual como parte del proyecto de cambiar el orden de la sociedad.

La tarea de construir un nuevo orden mejor para reemplazar al viejo y defectuoso no forma parte de ninguna agenda actual –al menos no de la agenda donde supuestamente se sitúa la acción política–. La “disolución de los sólidos”, el rasgo permanente de la modernidad, ha adquirido por lo tanto un nuevo significado, y sobre todo ha sido redirigida hacia un nuevo blanco: uno de los efectos más importantes de ese cambio de dirección ha sido la disolución de las fuerzas que podrían mantener el tema del orden y del sistema dentro de la agenda política. Los sólidos que han sido sometidos a la disolución, y que se están derritiendo en este momento, el momento de la modernidad fluida, son los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y las acciones colectivos –las estructuras de comunicación y coordinación entre las políticas de vida individuales y las acciones políticas colectivas–.

En una entrevista concedida a Jonathan Rutherford el 3 de febrero de 1999, Ulrich Beck (quien hace pocos años acuñó el término “segunda modernidad” para connotar la fase en que la modernidad “volvió sobre sí misma”, la época de la *soi-disant* “modernización de la modernidad”) habla de “categorías zombis” y de “instituciones zombis”, que están “muertas y todavía vivas”. Nombra la familia, la clase y el vecindario como ejemplos ilustrativos de este nuevo fenómeno. La familia, por ejemplo:

¿Qué es una familia en la actualidad? ¿Qué significa? Por supuesto, hay niños, mis niños, nuestros niños. Pero hasta la progenitura, el núcleo de la vida familiar, ha empezado a desintegrarse con el divorcio [...] Abuelas y abuelos son incluidos y excluidos sin recursos para participar en las decisiones de sus hijos e hijas. Desde el punto de vista de los nietos, el significado de los abuelos debe determinarse por medio de decisiones y elecciones individuales.

Lo que se está produciendo hoy es, por así decirlo, una redistribución y una reasignación de los “poderes de disolución” de la modernidad. Al principio, esos poderes afectaban las instituciones existentes, los marcos que circunscribían los campos de acciones y elecciones posibles, como los patrimonios heredados, con su asignación obligatoria, no por gusto. Las configuraciones, las constelaciones, las estructuras de dependencia e interacción fueron arrojadas en el interior del crisol, para ser fundidas y después remodeladas: ésa fue la fase de “romper el molde” en la historia de la transgresora, ilimitada, erosiva modernidad. No obstante, los individuos podían ser excusados por no haberlo advertido: tuvieron que enfrentarse a pautas y configuraciones que, aunque “nuevas y mejores”, seguían siendo tan rígidas e inflexibles como antes.

Por cierto, todos los moldes que se rompieron fueron reemplazados por otros; la gente fue liberada de sus viejas celdas sólo para ser censurada y reprendida si no lograba situarse –por medio de un esfuerzo dedicado, continuo y de por vida– en los nichos confeccionados por el nuevo orden: en las clases, los marcos que (tan inflexiblemente como los ya disueltos estamentos) encuadraban la totalidad de las condiciones y perspectivas vitales, y condicionaban el alcance de los proyectos y estrategias de vida. Los individuos debían dedicarse a la tarea de usar su nueva libertad para

encontrar el nicho apropiado y establecerse en él, siguiendo fielmente las reglas y modalidades de conducta correctas y adecuadas a esa ubicación.

Sin embargo, esos códigos y conductas que uno podía elegir como puntos de orientación estables, y por los cuales era posible guiarse, escasean cada vez más en la actualidad. Eso no implica que nuestros contemporáneos sólo estén guiados por su propia imaginación, ni que puedan decidir a voluntad cómo construir un modelo de vida, ni que ya no dependan de la sociedad para conseguir los materiales de construcción o planos autorizados. Pero sí implica que, en este momento, salimos de la época de los “grupos de referencia” preasignados para desplazarnos hacia una era de “comparación universal” en la que el destino de la labor de construcción individual está endémica e irremediablemente indefinido, no dado de antemano, y tiende a pasar por numerosos y profundos cambios antes de alcanzar su único final verdadero: el final de la vida del individuo.

En la actualidad, las pautas y configuraciones ya no están “determinadas”, y no resultan “autoevidentes” de ningún modo; hay demasiadas, chocan entre sí y sus mandatos se contradicen, de manera que cada una de esas pautas y configuraciones ha sido despojada de su poder coercitivo o estimulante. Y, además, su naturaleza ha cambiado, por lo cual han sido reclasificadas en consecuencia: como ítem del inventario de tareas individuales. En vez de preceder a la política de vida y de encuadrar su curso futuro, deben seguirla (derivar de ella), y reformarse y remodelarse según los cambios y giros que esa política de vida experimente. El poder de licuefacción se ha desplazado del “sistema” a la “sociedad”, de la “política” a las “políticas de vida”... o ha descendido del “macronivel” al “micronivel” de la cohabitación social.

Como resultado, la nuestra es una versión privatizada de la modernidad, en la que el peso de la construcción de pautas y la responsabilidad del fracaso caen primordialmente sobre los hombros del individuo. La licuefacción debe aplicarse ahora a las pautas de dependencia e interacción, porque les ha tocado el turno. Esas pautas son maleables hasta un punto jamás experimentado ni imaginado por las generaciones anteriores, ya que, como todos los fluidos, no conservan mucho tiempo su forma. Darles forma es más fácil que mantenerlas en forma. Los sólidos son moldeados una sola vez. Mantener la forma de los fluidos requiere muchísima atención, vigilancia constante y un esfuerzo perpetuo... e incluso en ese caso el éxito no es, ni mucho menos, previsible.

Sería imprudente negar o menospreciar el profundo cambio que el advenimiento de la “modernidad fluida” ha impuesto a la condición humana. El hecho de que la estructura sistémica se haya vuelto remota e inalcanzable, combinado con el estado fluido y desestructurado del encuadre de la política de vida, ha cambiado la condición humana de modo radical y exige repensar los viejos conceptos que solían enmarcar su discurso narrativo. Como zombies, esos conceptos están hoy vivos y muertos al mismo tiempo. La pregunta es si su resurrección –aun en una nueva forma o encarnación– es factible; o, si no lo es, cómo disponer para ellos un funeral y una sepultura decentes.

Este libro está dedicado a esa pregunta. Hemos elegido examinar cinco conceptos básicos en torno de los cuales ha girado la narrativa ortodoxa de la condición humana: emancipación, individualidad, tiempo/espacio, trabajo y comunidad. Se han explorado (aunque de manera muy fragmentaria y preliminar) sucesivos avatares de sus significados y aplicaciones prácticas, con la esperanza de salvar a los niños del diluvio de aguas contaminadas.

La modernidad significa muchas cosas, y su advenimiento y su avance pueden evaluarse empleando diferentes parámetros. Sin embargo, un rasgo de la vida moderna y de sus puestas en escena sobresale particularmente, como “diferencia que hace toda la diferencia”, como atributo crucial del que derivan todas las demás características. Ese atributo es el cambio en la relación entre espacio y tiempo.

La modernidad empieza cuando el espacio y el tiempo se separan de la práctica vital y entre sí, y pueden ser teorizados como categorías de estrategia y acción mutuamente independientes, cuando dejan de ser –como solían serlo en los siglos premodernos– aspectos entrelazados y apenas discernibles de la experiencia viva, unidos por una relación de correspondencia estable y aparentemente invulnerable. En la modernidad, el tiempo tiene historia, gracias a su “capacidad de contención” que se amplía permanentemente: la prolongación de los tramos de espacio que las unidades de tiempo permiten “pasar”, “cruzar”, “cubrir”... o conquistar. El tiempo adquiere historia cuando la velocidad de movimiento a través del espacio (a diferencia del espacio eminentemente inflexible, que no puede ser ampliado ni reducido) se convierte en una cuestión de ingenio, imaginación y recursos humanos.

La idea misma de velocidad (y aun más conspicuamente, de aceleración), referida a la relación entre tiempo y espacio, supone su variabilidad, y sería difícil que tuviera algún sentido si esa relación no fuera cambiante, si fuera un atributo de la realidad inhumana y prehumana en vez de estar condicionada a la inventiva y la determinación humanas, y si no hubiera trascendido el estrecho espectro de variaciones a las que los instrumentos naturales de movilidad –los miembros inferiores, humanos o equinos– solían reducir los movimientos de los cuerpos premodernos. Cuando la distancia recorrida en una unidad de tiempo pasó a depender de la tecnología, de los medios de transporte artificiales existentes, los límites heredados de la velocidad de movimiento pudieron transgredirse. Sólo el cielo (o, como se reveló más tarde, la velocidad de la luz) empezó a ser el límite, y la modernidad fue un esfuerzo constante, imparable y acelerado por alcanzarlo.

Gracias a sus recientemente adquiridas flexibilidad y capacidad de expansión, el tiempo moderno se ha convertido, primordialmente, en el arma para la conquista del espacio. En la lucha moderna entre espacio y tiempo, el espacio era el aspecto sólido y estólido, pesado e inerte, capaz de entablar solamente una guerra defensiva, de trincheras... y ser un obstáculo para las flexibles embestidas del tiempo. El tiempo era el bando activo y dinámico del combate, el bando siempre a la ofensiva: la fuerza invasora, conquistadora y colonizadora. Durante la modernidad, la velocidad de movimiento y el acceso a medios de movilidad más rápidos ascendieron hasta llegar a ser el principal instrumento de poder y dominación.

Michel Foucault usó el diseño del panóptico de Jeremy Bentham como archimetáfora del poder moderno. En el panóptico, los internos estaban inmovilizados e impedidos de cualquier movimiento, confinados dentro de gruesos muros y murallas custodiados, y atados a sus camas, celdas o bancos de trabajo. No podían moverse porque estaban vigilados; debían permanecer en todo momento en sus sitios asignados porque no sabían, ni tenían manera de saber, dónde se encontraban sus vigilantes, que tenían libertad de movimiento. La facilidad y la disponibilidad de movimiento de los guardias eran garantía de dominación; la “inmovilidad” de los internos era muy segura, la más difícil de romper entre todas las ataduras que condicionaban su subordinación. El dominio del tiempo era el secreto del poder de los jefes... y tanto la inmovilización de sus subordinados en el espacio mediante la negación del derecho a moverse como la rutinización del ritmo temporal impuesto eran las principales estrategias del ejercicio del poder. La pirámide de poder estaba construida sobre la base de la velocidad, el acceso a los medios de transporte y la subsiguiente libertad de movimientos.

El panóptico era un modelo de confrontación entre los dos lados de la relación de poder. Las estrategias de los jefes –salvaguardar la propia volatilidad y rutinizar el flujo de tiempo de sus subordinados– se fusionaron. Pero existía cierta tensión entre ambas tareas. La segunda tarea ponía límites a la primera: ataba a los “rutinizadores” al lugar en el cual habían sido confinados los objetos de esa rutinización temporal. Los “rutinizadores” no tenían una verdadera y plena libertad de movimientos: era imposible considerar la opción de que pudiera haber “amos ausentes”.

El panóptico tiene además otras desventajas. Es una estrategia costosa: conquistar el espacio y dominarlo, así como mantener a los residentes en el lugar vigilado, implica una gran variedad de tareas administrativas engorrosas y caras. Hay que construir y mantener edificios, contratar y pagar a vigilantes profesionales, atender y abastecer la supervivencia y la capacidad laboral de los internos. Finalmente, administrar significa, de una u otra manera, responsabilizarse del bienestar general del lugar, aunque sólo sea en nombre del propio interés... y la responsabilidad significa estar atado al lugar. Requiere presencia y confrontación, al menos bajo la forma de presiones y roces constantes.

Lo que induce a tantos teóricos a hablar del “fin de la historia”, de posmodernidad, de “segunda modernidad” y “sobremodernidad”, o articular la intuición de un cambio radical en la cohabitación humana y en las condiciones sociales que restringen actualmente a las políticas de vida, es el hecho de que el largo esfuerzo por acelerar la velocidad del movimiento ha llegado ya a su “límite natural”. El poder puede moverse con la velocidad de la señal electrónica; así, el tiempo requerido para el movimiento de sus ingredientes esenciales se ha reducido a la instantaneidad. En la práctica, el poder se ha vuelto verdaderamente extraterritorial, y ya no está atado, ni siquiera detenido, por la resistencia del espacio (el advenimiento de los teléfonos celulares puede funcionar como el definitivo “golpe fatal” a la dependencia del espacio: ni siquiera es necesario acceder a una boca telefónica para poder dar una orden y controlar sus efectos. Ya no importa dónde pueda estar el que emite la orden –la distinción entre “cerca” y “lejos”, o entre lo civilizado y lo salvaje, ha sido prácticamente cancelada–). Este hecho confiere a los poseedores de poder una oportunidad sin precedentes: la de prescindir de los aspectos más irritantes de la técnica panóptica del poder. La etapa actual de la historia de la modernidad –sea lo que fuere por añadidura– es, sobre todo, pospanóptica. En el panóptico lo que importaba era que supuestamente las personas a cargo estaban siempre “allí”, cerca, en la torre de control. En las relaciones de poder pospanópticas, lo que importa es que la gente que maneja el poder del que depende el destino de los socios menos volátiles de la relación puede ponerse en cualquier momento fuera de alcance... y volverse absolutamente inaccesible.

El fin del panóptico augura el fin de la era del compromiso mutuo: entre supervisores y supervisados, trabajo y capital, líderes y seguidores, ejércitos en guerra. La principal técnica de poder es ahora la huida, el escurrimiento, la elisión, la capacidad de evitar, el rechazo concreto de cualquier confinamiento territorial y de sus engorrosos corolarios de construcción y mantenimiento de un orden, de la responsabilidad por sus consecuencias y de la necesidad de afrontar sus costos.

Esta nueva técnica de poder ha sido ilustrada vívidamente por las estrategias empleadas durante la Guerra del Golfo y la de Yugoslavia. En la conducción de la guerra, la reticencia a desplegar fuerzas terrestres fue notable; a pesar de lo que dijeran las explicaciones oficiales, esa reticencia no era producto solamente del publicitado síndrome de “protección de los cuerpos”. El combate directo en el campo de batalla no fue evitado meramente por su posible efecto adverso sobre la política doméstica, sino también (y tal vez principalmente) porque era inútil por completo e incluso contraproducente para los propósitos de la guerra. Después de todo, la conquista del territorio, con todas sus consecuencias administrativas y gerenciales, no sólo estaba ausente de la lista de objetivos bélicos, sino que era algo que debía evitarse por todos los medios y que era considerado con repugnancia como otra clase de “daño colateral” que, en esta oportunidad, agredía a la fuerza de ataque.

Los bombardeos realizados por medio de casi invisibles aviones de combate y misiles “inteligentes” –lanzados por sorpresa, salidos de la nada y capaces de desaparecer inmediatamente– reemplazaron las invasiones territoriales de las tropas de infantería y el esfuerzo por despojar al enemigo de su territorio, apoderándose de la tierra controlada y administrada por el

adversario. Los atacantes ya no deseaban para nada ser “los últimos en el campo de batalla” después de que el enemigo huyera o fuera exterminado. La fuerza militar y su estrategia bélica de “golpear y huir” prefiguraron, anunciaron y encarnaron aquello que realmente estaba en juego en el nuevo tipo de guerra de la época de la modernidad líquida: ya no la conquista de un nuevo territorio, sino la demolición de los muros que impedían el flujo de los nuevos poderes globales fluidos; sacarle de la cabeza al enemigo todo deseo de establecer sus propias reglas para abrir de ese modo un espacio –hasta entonces amurallado e inaccesible– para la operación de otras armas (no militares) del poder. Se podría decir (parafraseando la fórmula clásica de Clausewitz) que la guerra de hoy se parece cada vez más a “la promoción del libre comercio mundial por otros medios”.

Recientemente, Jim MacLaughlin nos ha recordado (en *Sociology*, 1/99) que el advenimiento de la era moderna significó, entre otras cosas, el ataque consistente y sistemático de los “establecidos”, convertidos al modo de vida sedentario, contra los pueblos y los estilos de vida nómades, completamente adversos a las preocupaciones territoriales y fronterizas del emergente Estado moderno. En el siglo XIV, Ibn Khaldoun podía cantar sus alabanzas del nomadismo, que hace que los pueblos “se acerquen más a la bondad que los sedentarios porque [...] están más alejados de los malos hábitos que han infectado los corazones sedentarios”, pero la febril construcción de naciones y estados-nación que se desencadenó poco tiempo después en toda Europa puso el “suelo” muy por encima de la “sangre” al sentar las bases del nuevo orden legislado, que codificaba los derechos y deberes de los ciudadanos. Los nómades, que menospreciaban las preocupaciones territoriales de los legisladores y que ignoraban absolutamente sus fanáticos esfuerzos por establecer fronteras, fueron presentados como los peores villanos de la guerra santa entablada en nombre del progreso y de la civilización. Los modernos “cronopolíticos” no sólo los consideraron seres inferiores y primitivos, “subdesarrollados” que necesitaban ser reformados e ilustrados, sino también retrógrados que sufrían “retraso cultural”, que se encontraban en los peldaños más bajos de la escala evolutiva y que eran, por añadidura, imperdonablemente necios por su reticencia a seguir “el esquema universal de desarrollo”.

Durante toda la etapa sólida de la era moderna, los hábitos nómades fueron mal considerados. La ciudadanía iba de la mano con el sedentarismo, y la falta de un “domicilio fijo” o la no pertenencia a un “Estado” implicaba la exclusión de la comunidad respetuosa de la ley y protegida por ella, y con frecuencia condenaba a los infractores a la discriminación legal, cuando no al enjuiciamiento. Aunque ese trato todavía se aplica a la “subclase” de los sin techo, que son sometidos a las viejas técnicas de control panóptico (técnicas que ya no se emplean para integrar y disciplinar a la mayoría de la población), la época de la superioridad incondicional del sedentarismo sobre el nomadismo y del dominio de lo sedentario sobre lo nómade tiende a finalizar. Estamos asistiendo a la venganza del nomadismo contra el principio de la territorialidad y el sedentarismo. En la etapa fluida de la modernidad, la mayoría sedentaria es gobernada por una elite nómade y extraterritorial. Mantener los caminos libres para el tráfico nómade y eliminar los pocos puntos de control fronterizo que quedan se ha convertido en el metaobjetivo de la política, y también de las guerras que, tal como lo expresara Clausewitz, son solamente “la expansión de la política por otros medios”.

La elite global contemporánea sigue el esquema de los antiguos “amos ausentes”. Puede gobernar sin cargarse con las tareas administrativas, gerenciales o bélicas y, por añadidura, también puede evitar la misión de “esclarecer”, “reformular las costumbres”, “levantar la moral”, “civilizar” y cualquier cruzada cultural. El compromiso activo con la vida de las poblaciones subordinadas ha dejado de ser necesario (por el contrario, se lo evita por ser costoso sin razón alguna y poco efectivo), y por lo tanto lo “grande” no sólo ha dejado de ser “mejor”, sino que ha perdido cualquier sentido racional. Lo pequeño, lo liviano, lo más portable significa ahora mejora y “progreso”. Viajar liviano,

en vez de aferrarse a cosas consideradas confiables y sólidas –por su gran peso, solidez e inflexible capacidad de resistencia–, es ahora el mayor bien y símbolo de poder.

Aferrarse al suelo no es tan importante si ese suelo puede ser alcanzado y abandonado a voluntad, en poco o en casi ningún tiempo. Por otro lado, aferrarse demasiado, cargándose de compromisos mutuamente inquebrantables, puede resultar positivamente perjudicial, mientras las nuevas oportunidades aparecen en cualquier otra parte. Es comprensible que Rockefeller haya querido que sus fábricas, ferrocarriles y pozos petroleros fueran grandes y robustos, para poseerlos durante mucho, mucho tiempo (para toda la eternidad, si medimos el tiempo según la duración de la vida humana o de la familia). Sin embargo, Bill Gates se separa sin pena de posesiones que ayer lo enorgullecían: hoy, lo que da ganancias es la desenfundada velocidad de circulación, reciclado, envejecimiento, descarte y reemplazo –no la durabilidad ni la duradera confiabilidad del producto–. En una notable inversión de la tradición de más de un milenio, los encumbrados y poderosos de hoy son quienes rechazan y evitan lo durable y celebran lo efímero, mientras los que ocupan el lugar más bajo –contra todo lo esperable– luchan desesperadamente para lograr que sus frágiles, vulnerables y efímeras posesiones duren más y les rindan servicios duraderos. Los encumbrados y los menos favorecidos se encuentran hoy en lados opuestos de las grandes liquidaciones y en las ventas de autos usados.

La desintegración de la trama social y el desmoronamiento de las agencias de acción colectiva suelen señalarse con gran ansiedad y justificarse como “efecto colateral” anticipado de la nueva levedad y fluidez de un poder cada vez más móvil, escurridizo, cambiante, evasivo y fugitivo. Pero la desintegración social es tanto una afección como un resultado de la nueva técnica del poder, que emplea como principales instrumentos el descompromiso y el arte de la huida. Para que el poder fluya, el mundo debe estar libre de trabas, barreras, fronteras fortificadas y controles. Cualquier trama densa de nexos sociales, y particularmente una red estrecha con base territorial, implica un obstáculo que debe ser eliminado. Los poderes globales están abocados al desmantelamiento de esas redes, en nombre de una mayor y constante fluidez, que es la fuente principal de su fuerza y la garantía de su invencibilidad. Y el derrumbe, la fragilidad, la vulnerabilidad, la transitoriedad y la precariedad de los vínculos y redes humanos permiten que esos poderes puedan actuar.

Si estas tendencias mezcladas se desarrollaran sin obstáculos, hombres y mujeres serían remodelados siguiendo la estructura del mol electrónico, esa orgullosa invención de los primeros años de la cibernética que fue aclamada como un presagio de los años futuros: un enchufe portátil, moviéndose por todas partes, buscando desesperadamente tomacorrientes donde conectarse. Pero en la época que auguran los teléfonos celulares, es probable que los enchufes sean declarados obsoletos y de mal gusto, y que tengan cada vez menos calidad y poca oferta. Ya ahora, muchos abastecedores de energía eléctrica enumeran las ventajas de conectarse a sus redes y rivalizan por el favor de los buscadores de enchufes. Pero a largo plazo (sea cual fuere el significado que “a largo plazo” pueda tener en la era de la instantaneidad) lo más probable es que los enchufes desaparezcan y sean reemplazados por baterías descartables que venderán los kioscos de todos los aeropuertos y todas las estaciones de servicio de autopistas y caminos rurales.

Parece una diotopía hecha a la medida de la modernidad líquida... adecuada para reemplazar los temores consignados en las pesadillas al estilo Orwell y Huxley.

LA SOCIEDAD DEL CANSANCIO ²²

BYUNG-CHUL HAN

El siglo XX fue el del paradigma inmunológico, el de la distinción entre el adentro y el afuera, entre el yo y el extraño. Un siglo caracterizado por la Guerra Fría, la noción del enemigo externo donde el extraño aparecía como objeto de ataque aun cuando no resulte hostil, simplemente por ser otro.

En cambio el siglo XXI es el de las enfermedades neuronales, TDA, depresión, bipolaridad, etc. A diferencia del paradigma inmunológico, el problema no está en la negatividad del otro viral, sino en la positividad de lo propio.

Hoy ha cambiado el paradigma como consecuencia de la desaparición de la otredad, ya que mientras que el otro genera una reacción "inmunitaria" en nuestro tiempo eso no sucede, y no sucede porque hemos desaparecido al otro.

Mientras la defensa inmunológica radica en negar la negatividad de lo otro, como funciona la inmunización por vacuna, donde una porción de lo otro despierta la negación preventiva, en cambio las enfermedades neuronales del siglo XXI surgen del exceso de positividad no sólo de la extraño sino también de lo idéntico porque frente a lo idéntico no se levantan barreras.

La positividad requiere el exceso de lo igual para generar la patología. Agotamiento, fatiga, ahogo, no son reacciones inmunológicas sino neuronales.

Vivimos el tiempo de la disuasión, de la pacificación, del consenso, de la hiperproducción, de la comunicación, del control, de la violencia de la positividad, mucho menos detectable que la evidente violencia viral, habita en el espacio vacío que dejó lo negativo, el espacio no ocupado entre amigo / enemigo, adentro / afuera, propio / extraño.

Las nuevas formas de violencia son inmanentes al sistema, por eso no se reconocen como extrañas ni generan reacción inmunológica. La violencia de la positividad es aditiva, suma, satura, se vuelve imperceptible, vive adentro.

Más Allá de la Sociedad Disciplinaria

La vieja sociedad disciplinaria formulada por Michel Foucault, caracterizada por los hospitales, cárceles, cuarteles y fábricas se ha convertido en una sociedad de torres, shoppings y gimnasios. Ha dejado de ser una sociedad de control por la vigilancia, para convertirse en una sociedad de control por el rendimiento, sujetos ya no obedientes sino emprendedores.

Incluso el término Sociedad de Control queda corto para nuestra realidad, ya que control supone rasgos de negatividad de alguien que controla.

Aquella sociedad disciplinaria era una sociedad de la negatividad, su factor dialéctico sustancial eran no-poder/deber, se hacía lo que se debía en base a aprobaciones y prohibiciones, en cambio

²² Han, Byung-Chul, La Sociedad del Cansancio. Madrid, Herder, 2012

nuestra sociedad de rendimiento tiene un factor base positivo que es Poder, “Yes we can”, “Sí, se puede”. Proyectos, iniciativas y motivaciones reemplazan a prohibiciones, mandatos y leyes, el asalariado obediente es reemplazado por el emprendedor entusiasmado.

La Sociedad Disciplinaria fue la del NO, generadora de locos y delincuentes. La Sociedad del Rendimiento es la del SI, generadora de depresivos y fracasados.

Hay cierta continuidad entre ambas sociedades, la productividad alcanzó un límite en la sociedad disciplinaria, por eso necesitó pasar a otro plano, liberarse de la negatividad que la limitaba. El límite fue sobrepasado cambiando el factor “debo” por el factor “puedo”, es más productivo el trabajador que hace lo que puede (y cree que todo lo puede) que el trabajador que solo hace lo que debe.

Eso no significa que el sujeto de rendimiento haya dejado de disciplinarse, lo que ahora hace es autodisciplinarse ya que se debe a sí mismo, a su propia iniciativa. El deprimido está cansado del desarrollo por sí mismo y de la fragmentación social que lo aísla, sumando a ello el imperativo por el rendimiento.

La depresión aparece cuando el mandato y la prohibición de la Sociedad Disciplinaria ceden ante la autonomía y la iniciativa, una obligación hacia el rendimiento. La depresión acontece en el momento en el que este sujeto del rendimiento ya no puede poder más, se somete a la culpa de no poder en una sociedad del "si puedo", se enferma de positividad.

Es verdad que el hombre de la modernidad lo podía todo pero como universal, como potencia, como posibilidad, por eso existía la utopía, pero en cambio el hombre hipermoderno lo puede todo como sujeto, como individuo, y allí su problema.

Este hombre hipermoderno no es el Superhombre que anunciaba Nietzsche autónomo y soberano de sí mismo, sino al Último Hombre que tan solo trabaja. Un hombre que posee la iniciativa pero esta solo frente a la absoluta positividad del rendimiento, es víctima y verdugo al mismo tiempo.

Lo paradójico es que este sujeto libre de obediencia externa se somete a la obediencia de sí mismo de manera que libertad y coacción coinciden y las enfermedades psíquicas se convierten en la contracara de esta libertad paradójica.

En la sociedad del rendimiento hasta el Amo se ha vuelto esclavo de sí mismo.

El Aburrimiento Profundo

El exceso de positividad se manifiesta como un exceso de impulsos y estímulos, y afecta la economía de la atención, la percepción se fragmenta y aplicada a la tarea se transforma en multitasking.

El multitasking no es una habilidad privativa del hombre hipermoderno, sino una capacidad natural primitiva que obliga a los animales a activar muchos niveles de percepción para su supervivencia, el problema es que cuando la atención se dispersa se hace difícil la contemplación. El multitasking debe entenderse como una regresión hacia la supervivencia.

La hiperatención que focaliza en diversos puntos al mismo tiempo tiene escasa tolerancia al vacío y huye del espacio de aburrimiento que genera la acción contemplativa. La excitación permanente reproduce lo existente, no genera nada nuevo.

Walter Benjamin llama al aburrimiento "el pájaro de sueño que incuba el huevo de la experiencia". El sueño es el punto máximo de la relajación corporal por lo tanto el aburrimiento es el punto máximo de la relajación espiritual.

Benjamin vincula esa capacidad de relajación a la capacidad de la escucha. Una sociedad en permanente acción sin tiempo para la contemplación, no escucha, solo habla movida por el ego hiperactivo. En cambio quien puede tolerar el aburrimiento encuentra nuevos tiempos, el propio Nietzsche recomendaba la necesidad de recuperar la capacidad de contemplación.

Pedagogía del Mirar

Nietzsche dice que hay que aprender a hablar, a pensar y a mirar.

Aprender a mirar es acostumbrar el ojo a la contemplación, a no someterse a los impulsos. Aprender a no responder con los impulsos, a controlar los instintos, a decir NO. Decir NO convierte a la vida contemplativa en la más activa de las vidas, porque existe una dialéctica de la hiperactividad / hiperpasividad, es un error suponer que cuanto más activo es uno más libre se vuelve.

La vuelta sobre lo otro requiere la negatividad de detenerse, retomar, cambiar. Hoy no hay espacio para la interrupción para detenerse, para el entretiempp. La hiperactividad acorta el futuro convirtiendo todo en un presente prolongado.

Un ejemplo de ello es el enojo. La rabia es una emoción que requiere detenerse para analizar el caso, por eso nuestro tiempo solo permite enojos circunstanciales, no rabia. El enojo, el enfado, no generan cambios, mientras que la rabia requiere detenerse, analizar y producir cambios de estado. El enojo es a la rabia cómo el temor es al miedo. El miedo se aplica al ser en su totalidad, mientras el temor se aplica a un factor en particular.

La computadora hace cálculos, incluso con mayor capacidad que el ser humano porque carece de otredad, es pura positividad. En ese mismo marco de positividad la sociedad y el sujeto de rendimiento se vuelven máquinas de rendimiento autista.

Según Hegel es la negatividad la que permite una vida llena de vida. Existen dos potencias, la potencia del hacer y la potencia del no hacer, la potencia del NO. Por eso el no hacer no es impotencia.

Si solo se tuviera la capacidad de percibir y no la de no percibir, el mundo sería una masa atosigante de estímulos. Del mismo modo sí solo se tuviera la potencia del pensar, la reflexión sería imposible porque todo sería una secuencia infinita de pensamientos.

La negatividad del NO es fundamental para la contemplación o la meditación. Por eso la negatividad es activa, no pasiva, ya que si solo hubiera positividad se estaría pasivamente sometido al objeto.

Actualmente puede acelerarse al infinito porque al no haber negatividad todo circula a gran velocidad.

La Sociedad del Cansancio

El imperativo de la Sociedad del Rendimiento conduce a la Sociedad del Dopaje, que es el rendimiento sin rendimiento. La Sociedad del rendimiento produce agotamiento excesivo y problemas psíquicos, propios de una realidad absolutamente positivizada, excesiva, donde no hay espacio para el otro inmunológico, y despierta la necesidad de las ayudas químicas como factor de superar el agotamiento.

Peter Handke diferencia dos tipos de cansancio, uno al que llama “cansancio agotador” y otro el “cansancio fundamental”.

El cansancio agotador es el del rendimiento, el que aísla y fragmenta, el que todo lo ocupa destruyendo la cercanía y el habla.

En cambio el cansancio fundamental es el que habla, mira y reconcilia, es un cansancio del yo entregado al mundo, recupera la presencia del otro, el estar-con, es el cansancio de la demora, inspirador, que despierta al hacer y al no-hacer.

El cansancio agotador es el de la positividad, el del SI, el cansancio fundamental es el de la negatividad, el del NO.

III

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CAMBIO CULTURAL y CRISIS EDUCATIVA

ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS²³

ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS: DE LA METÁFORA A LA TEORÍA (y más allá)

La Ecología de los Medios es una teoría generalista ya que se expande a todos los procesos de comunicación, ya sea a las relaciones entre los medios y la economía, como a las modificaciones perceptivas y cognitivas que afectan a los sujetos por su exposición a las tecnologías de la comunicación.

Algunas definiciones:

Neil Postman: La ecología de los medios se pregunta cómo los medios impactan la percepción, el sentimiento, el entendimiento y el valor humano; y cómo nuestra interacción con los medios mejoran las posibilidades de supervivencia.

Chrystine Nystrom: La ecología de los medios es el estudio de los sistemas de comunicación complejos como entornos.

Lance Strate: La ecología de los medios es el estudio de los entornos de los medios. La tecnología y la acción de los medios juegan un rol fundamental en los asuntos humanos.

Para definirlo es necesario entender el concepto de sistema ecológico como un medio cuyos componentes interactúan o se comunican entre sí.

La historia de la Ecología de los Medios encuentra una primera mención en la figura de Neil Postman, que a su vez reconocía la originalidad en Marshall Mc Luhan. Postman definía a la Ecología de los Medios como el “estudio de los medios como ambientes”.

Quizás el verdadero impulsor de la idea haya sido Marshall Mc Luhan que sostenía que los medios forman un ambiente o entorno sensorial (*medium*) en el cual nos movemos como un pez en el agua, es decir no los detectamos.

Para Postman el cambio tecnológico no se explica por adición de novedades sino por un efecto ecológico, es como dejar caer una gota de tinta en el agua, todo se tiñe. Sostiene que en el 1500 con el invento de la imprenta no hay una Europa Medieval con imprenta sino que existe una Europa diferente, y lo mismo produjo la aparición de la televisión a mediados del siglo XX que afectó el orden político, familiar, social, religioso, industrial, etc.

La evolución del lenguaje hablado al lenguaje escrito tuvo un proceso de 50.000 a 100.000 años, el paso de la escritura manual a la imprenta 4.500 años, el de la imprenta al procesamiento de textos sólo 500 años y el paso del lenguaje basado en computadoras a Internet apenas 50 años.

Es claro que la ecología de los medios no puede limitarse a los medios de modo estricto, debe incluir también a la tecnología, al lenguaje y la interacción de los tres factores, que juntos constituyen un ecosistema de medios.

Para definir “tecnología” Mc Luhan era muy amplio e incluía no solo al hardware sino a las formas de comunicación y procesamiento de información, incluyendo los lenguajes orales, la escritura, las ciencias, la informática e internet.

Las cinco etapas de la comunicación en la historia humana es también la historia de la evolución del ecosistema mediático:

1. Era mimética preverbal

²³ Resumen de Scolari, Carlos, Ecología de los Medios. Editorial Gedisa , Barcelona , 2015

2. Tradición oral
3. Época literaria
4. Era de los medios masivos electrónicos
5. Época digital

Un medio es un organismo que recibe y procesa información y luego entrega a su ambiente un nuevo output de información. Los medios provocan cambios en su entorno que afectan a otros medios con los que interactúan, estos últimos generan cambios y estos cambios alteran de nuevo el entorno compartido.

La metáfora ecológica

Hay dos visiones de cómo aplicar la metáfora ecológica a los medios.

La primera coloca a los medios como ambientes, la idea de que las tecnologías, desde la escritura a los medios digitales, generan ambientes que afectan las sociedades que las utilizan, coincidiendo con Postman en la idea de ver los medios como ambientes que impactan sobre la gente y también con Mc Luhan que sostiene que la importancia no está en el nivel de las opiniones o conceptos que pueden emitir los medios sino en la modificación del sentido y los patrones de percepción de la vida cotidiana.

En esta perspectiva los medios generan ambientes que rodean al sujeto y afectan su percepción y cognición.

Una segunda perspectiva desarrollan un enfoque holístico, integral e integrado de los medios, que conjuga la evolución de los procesos de comunicación con los socioeconómicos, haciendo uso de la idea macluhiana de que los medios interactúan entre sí, de tal modo que la radio influyó en la forma de las noticias gráficas, así como la televisión en la programación de la radio. La idea es que ningún medio opera de forma aislada, para Mc Luhan “ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino en interacción con otros”, los medios serían como especies que entran en relación en un mismo ecosistema.

Hay quienes comparan las novedades de nuestro tiempo con similar situación en época de la invención de la imprenta, con la gran diferencia de que los efectos de la imprenta en el siglo XV se dieron sobre sectores altos de la sociedad y tardó más de cuatro siglos en ir hacia capas más profundas, en nuestro tiempo el impacto en la transversalidad social es inmediato y profundo.

Vivimos pues en un entorno marcado por la presencia de redes globales, nuevos medios, un nuevo paradigma de comunicación muchos-muchos, por lo cual analizarlo desde una perspectiva ecológica de interrelación es imprescindible.

Mc Luhan

Marshall Mc Luhan sostenía que el estudio de los medios no debe limitarse al contenido de sus mensajes, sino al análisis de los propios medios y su entorno. Habitualmente se han ignorado los efectos de los medios en el desarrollo histórico de la humanidad, pero desde la aparición del lenguaje hasta la computadora deben entenderse como extensiones del hombre que modifican su entorno y provocan cambios, aún cuando el hombre no sea consciente de los cambios que estos nuevos factores tecnológicos provocan.

Una particularidad es que un nuevo entorno generado por la aparición de una novedad tecnológica solo se hace visible cuando ya ha sido reemplazado por otro, por lo que habitualmente vamos atrasados en la observación del mundo; cuando aparece una nueva tecnología nos aturde tanto que preferimos ver el viejo entorno. Según esta idea todos vivimos en un día anterior porque el

presente siempre es invisible, salvo para el artista. Vivimos mirando lo conocido por el espejo retrovisor.

Si comprendemos las transformaciones revolucionarias que producen los nuevos medios, es posible anticiparse y controlarlas, pero si permanecen invisibles, como habitualmente sucede por el efecto “espejo retrovisor”, seremos dominados por ellas. Existe una “postura zombie del idiota tecnológico” que cree que lo que cuenta es cómo utilizar un medio y no lo que el medio provoca en nosotros.

Mc Luhan reafirma aquello de que no es el contenido del medio lo importante, y para hacerlo recurre a un figura contundente: el contenido de un medio tiene la misma trascendencia que las palabras escritas en la parte exterior de la bomba atómica.

El proceso es que cuando una tecnología nueva aparece satura a todas las instituciones, y opera como un agente transformador.

Antes del lenguaje el hombre vivía en un mundo donde todos los sentidos estaban equilibrados y se manifestaban al mismo tiempo, luego cuando el modo de comunicación pasó a ser la expresión oral, el hombre tribal tuvo en la oreja su centro, con la particularidad de que la oreja no se concentra, es simultánea.

Cuando aparece el alfabeto fonético, y con él la escritura tal como hoy la conocemos, se produce otro salto ya que a diferencia del alfabeto pictográfico, es el alfabeto es un conjunto de signos arbitrarios y generan la separación de lo que escuchamos y lo que vemos, estableciendo una barrera entre los hombres y los objetos. Y si al hombre tribal el alfabeto fonético lo desarmó, la aparición de la imprenta fue devastadora.

La nueva imprenta, lineal, uniforme y repetible, asegura la reproducción de la información dando un lugar privilegiado a la vista y fue responsable directo de hechos tales como la Reforma, el nacionalismo con la unificación de la lengua, la línea de montaje y la revolución industrial. La imprenta hizo posible la homogeneidad del dinero, los mercados y el transporte.

Ya en el siglo XX cuando aparecen los medios electrónicos aquel *Hombre Gutemberg* fragmentado pasa de nuevo a hombre integral.

Con la llegada de los medios electrónicos se produce de inmediato un choque con la educación, ya que el sistema educativo es reaccionario, se orienta hacia valores del pasado y tecnologías anteriores. El *sensorium* de la imprenta, en el que está inmersa la escuela, rechaza ese acercamiento, ya que la lectura genera una actitud visual aislada y no el enfoque integral del *sensorium* nuevo en vista de que los medios electrónicos generan una estimulación simultánea de todos los sentidos.

Cuando analizamos el efecto de la televisión podemos ver que tornó obsoleta a la institución de la infancia, es decir, promovió la desaparición de la infancia. Esto puede ser muy bueno para muchos, por ejemplo el mercado, y no tanto para otros. Esto revela que el establecimiento de lo que es bueno o malo por efecto de alguna tecnología nunca resulta coincidente. Por ejemplo, Sócrates criticó la aparición de la escritura porque tendría como efecto debilitar la memoria, influiría en la reserva de la privacidad y modificaría el proceso educativo haciendo que un estudiante comience a seguir un argumento en lugar de participar de él.

Finalmente debemos plantear la pregunta central: ¿Los nuevos medios hasta qué punto enriquecen o deterioran nuestro sentido moral, nuestra capacidad de hacer el bien?

En occidente es creencia central que la innovación tecnológica es sinónimo de progreso humano. Es innegable que en el siglo XX ha habido más avances tecnológicos que en ningún otro momento de la historia humana, entonces cómo explicar que en ese mismo siglo XX se produjeron guerras, crisis y holocaustos impensables para siglos anteriores.

Según Havelock es importante marcar que el alfabeto permitió desarrollar una estructura mental para acumular conocimiento en base a la comunicación. Este lento proceso de alfabetización fue dejando de lado a las imágenes y el sonido priorizando el papel de la palabra; pero en el siglo XX, cuando aparece la radio, el teléfono y la televisión, vuelven a poner en el centro la comunicación tribal y afectiva.

Los nuevos medios re-tribalizan el mundo, lo hacen muy participativo. Estimulan la discontinuidad y la fragmentación a diferencia de la vieja sociedad estandarizada. La Aldea Global no es lugar para la uniformidad y la tranquilidad.

La imprenta dotó al hombre de las costumbre privadas del individualismo, y los jóvenes de hoy se re-tribalizan, liberándose de la uniformidad y la alienación de la cultura alfabetizada. La imprenta centralizó socialmente y fragmentó psíquicamente, mientras los medios electrónicos unifican a los hombres en una aldea tribal, donde hay espacio para la diversidad.

Hasta la llegada de los medios electrónicos toda relación del hombre con sus extensiones tecnológicas fue siempre parcial y fragmentaria, hoy los medios electrónicos muestran un efecto que es total e inclusivo, el hombre actual puede llevar su cerebro y su piel fuera de su cuerpo.

En el análisis ecológico nos debemos preguntar si ese aluvión de mensajes nos brinda información significativa, ya que durante años solo nos hemos enfocado en la maquinaria. Así como la televisión no ayuda a este fin tampoco lo hace Internet ni lo hace ningún medio electrónico. Los nuevos medios nos han convertido en adictos a la información, funcionando estos enormes volúmenes de datos como una distracción, un engaño.

Cuando Mc Luhan dice “el medio es el mensaje” juega también con las palabras. *The Medium is the mess-age*, que significa la edad del caos.

Mc Luhan y la Escuela de Comunicación de Toronto

Mc Luhan, que no llegó a ver la explosión de Internet y la computación, observará en los medios una extensión de las facultades sensoriales de las personas y la posibilidad de que con los nuevos medios se recupere el uso de los cinco sentidos luego de que durante siglos, por efecto de la escritura, el foco se pusiera en lo visual.

Mc Luhan se estableció como una cuña entre el modelo conductista y la reflexión crítica de la Escuela de Frankfurt, en base a un modelo de análisis, llamado **Tétrada**, que avanza sobre cómo los medios transforman a la gente y los contextos, a partir de cuatro preguntas.

1. ¿Qué facultad humana agranda o incrementa un medio?
2. ¿Qué otra tecnología vuelve obsoleta?
3. ¿Qué cosa recupera que haya estado antes en desuso?
4. ¿Qué se revierte o cambia cuando se la empuja hasta el límite de su potencial?

Respondiendo a la Tétrada podemos ver como esta era eléctrica nos pone dentro de una etapa de oralidad secundaria, mediada por la telefonía, la radio, la televisión y otros, pero sigue dependiendo de la escritura.

Lo que se pone en cuestión es si los seres humanos de otros tiempos pensaban de manera diferente a cómo se piensa ahora, y si obviamente hoy pensamos de manera diferente a la que se pensará en el futuro.

Lo que caracterizaba al Hombre Tipográfico se va perdiendo con la cultura visual que impone la televisión haciendo del entretenimiento la base de su existencia

La ecología de los medios y la educación de los medios en los Estados Unidos

La necesidad de una educación en medios es parte de la educación cívica.

Neil Postman es el clásico representante de la ecología de medios basada en la cultura del libro, le preocupa la preservación de la alfabetización frente a la embestida de la electrónica. Recordemos que él define la ecología de los medios como el entendimiento del desarrollo de los medios y cómo sus configuraciones afectan las percepciones, valores y actitudes de las personas.

Para darle sentido a imágenes en movimiento típicas de los nuevos medios, el sujeto requiere de procesos cognitivos distintos que el que realiza el cerebro con signos lingüísticos.

La problemática de la educación en medios incluye una serie de problemas:

- a) Competencias con las disciplinas tradicionales.
- b) La idea de que la educación en medios es una perspectiva de interés particular
- c) Intereses comerciales nada afines a generar el análisis de los medios con la finalidad de dar forma a ciudadanos críticos.

Melissa Phillips menciona cuatro aproximaciones diferentes a la educación de los medios:

- a) La del celebrante de los medios. Es la que enseña sobre medios pero no educa para entenderlos.
- b) La del proteccionista. Le importa el contenido y su impacto positivo o negativo, incluso peligroso, para la sociedad; por ejemplo la influencia sobre los niños.
- c) La del consumidor educado. Divide la ciudadanía entre productores y consumidores
- d) La visión crítica. Es el nudo de la ecología de los medios, y cómo el entorno mediático impacta en nuestra cultura.

En la metáfora del profesor, este encarna la mentalidad alfabetizada exigiendo de los alumnos la disciplina en el cumplimiento de sus instrucciones basadas en la palabra escrita, a diferencia de la flexibilidad y diversidad de las tradiciones orales. La palabra elite tiene la misma raíz que la palabra leer.²⁴

Resulta interesante un experimento que se realiza con los estudiantes, a los que se les entrega un papel rayado y se les pide que escriban lo que ven.

Algunos dicen que es un papel en blanco, en este caso se les dice que pierdan sus preconceptos y agudicen su observación.

Algunos dicen que es un papel pautado con renglones, y lo describen. A esos se les dice que están usando sus sentidos, pero deben reflexionar más sobre el significado de lo que ven.

Unos poco dicen que ven líneas impresas incluso un papel impreso. A esos se les dice que están listos para estudiar los medios como medios.

Los docentes de la cultura alfabetizada se sienten cómodos en el entorno educativo y universitario, pero son los jóvenes de la era electrónica los que ven sus defectos.

Mc Luhan dijo su célebre frase “*El Medio es el Mensaje*”, pero ¿qué quiso decir con ello?

Lo que buscaba Mc Luhan era liberar la mente de su seducción por los sistemas y las tecnologías. Pero el medio es lo que más influye, no el mensaje específico que recibimos. Lo más significativo es la forma simbólica no el contenido.

²⁴ La palabra francesa “elite” proviene del verbo “elire” que significa elegir, que deviene en lo elegido. Pero a su vez el verbo francés “elire” proviene del latín “eligere” (elegir) que deriva del latín “legere” que significa leer.

Las armas no matan, las personas matan. Pero si crees que con armas hay más probabilidades de asesinatos, entonces el medio es el mensaje.

Henry David Thoreau decía que no nos montamos en las vías, ellas se montan en nosotros; y en el mismo sentido que Mc Luhan, Mark Twain sostenía que “cuando tienes un martillo en la mano todo parece tener forma de clavo”.

El código y la forma en que se produce la información determina quiénes tendrán acceso al mensaje y quien lo controla, cuánta información se distribuye y cuán lejos.

Entender que el medio es el mensaje lleva al concepto de “re-mediación”, el medio de la expresión oral se convierte en el contenido de la escritura, el medio de la escritura es el contenido de la imprenta, el medio de la imprenta el contenido del hipertexto. La computadora y las redes re-median a casi todos los otros medios.

Si el mensaje es solo su recepción el efecto es limitado, pero si entendemos que de lo que se trata es del medio y no del mensaje veremos como el contexto es lo que condiciona al contenido.

Los ecólogos de los medios usan categorías como culturas orales, escritas, de imprenta, electrónicas; del mismo modo que la economía categoriza a las sociedades como agrícolas, industriales y de la información. Con esta metodología la Historia bien podría periodizarse en base a los medios:

El uso de la escritura establece la transición de sociedades tribales a la llamada civilización; la imprenta establecerá el paso del medioevo a la modernidad, y el advenimiento de los medios electrónicos nos pone frente a un nuevo cambio caracterizado con la posmodernidad o hipermodernidad.

Debemos entender a los medios como un entorno, para superar la tentación de generar una relación causa-efecto. No coincidimos con la idea de que los medios son una bola de billar que producen efectos automáticos en sus receptores, antes que eso son la mesa de billar.

Los principios de la evolución de los medios: la supervivencia del más apto.

La radio sobrevivió al tiempo pero el cine mudo no, es que escuchar sin ver está relacionado con el comportamiento del mundo pretecnológico, pero ver sin escuchar es prácticamente ilógico en el mundo real.

El grado de supervivencia de un medio es directamente proporcional a su cercanía con el ambiente de comunicación humana pretecnológica. Por eso un medio encuentra su nicho ecológico cuando se aproxima a algún factor del mundo pretecnológico.

Así la fotografía fija sigue prosperando junto a la televisión, pero no así la fotografía o la televisión en blanco y negro. La inmovilidad es una actitud humana pero no la falta de color.

La radio AM y FM sobreviven porque cada una encontró un nicho ecológico, la AM en la reproducción de ambiente hablado, en la FM la reproducción de ambientes musicales.

A esto se le llama reproducción antropotrópica (relacionar lo que hace el medio con una aptitud humana) y no se trata de una mera recuperación del ambiente pretecnológico, sino de ampliar ese ambiente a partir de superar los límites biológicos.

La evolución de los medios no solo está ligada a la habilidad para replicar la realidad sino también con la situación de otros medios que comparten su espacio y tiempo, la posibilidad de establecer un esfuerzo sinérgico, porque los medios logran estar más cerca de los patrones de comunicación humana juntos que separados, por ello los medios tienden hoy a converger.

Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios

Frente a los nuevos medios, que Paul Levinson llama *Nuevos Nuevos Medios*, para expresar el profundo cambio que produjeron en el ecosistema, encontrando nuevos usuarios y nuevos escenarios para las prótesis tecnológicas mencionadas por Mc Luhan.

Hace 50 años la sociedad se organizaba en base a la jerarquía Emisor-Mensaje-Receptor, y este último se consideraba pasivo mientras los emisores ofrecían un discurso único de gran poder, pero ese modelo tradicional ya no existe, actualmente la estructura es de emisores que intercambian mensajes todo el tiempo, en un proceso activo y dinámico de comunicación.

La nueva ecología encuentra a la sociedad ya no organizada en una sola aldea, sino en varias, y cada persona forma parte de varias aldeas, y cambia de aldea de manera permanente, asumiendo al mismo tiempo el rol de emisor junto al de receptor.

Con la aparición de la tecnología táctil ya no necesitamos las viejas prótesis, solo necesitamos los dedos de la mano.

Ecología, arte y política: la estética como control (contra) ambiental

El contenido de la televisión son las películas pero la televisión en tanto medio se vuelve imperceptible en ese momento.

La metáfora del espejo retrovisor nos mantiene vinculados al contenido del medio, que no es otra cosa que el medio obsolecente, y que no nos muestra el presente en términos ambientales sino una significación del pasado. En el espejo retrovisor vemos el lenguaje basado en el libro mientras nuestros sentidos expandidos por la imagen y la pantalla van generando el nuevo lenguaje, y hablamos con la lengua y las metáforas de las imágenes.

Estamos entrando en una nueva fase de la ecología de medios, que es la hibridación de medios, como propone Manovich al observar que a mediados de los noventa los medios de comunicación por separado —películas de cine, gráficos, fotografía, animación, animación 3D por ordenador y la tipografía— comenzaron a combinarse de mil maneras, de tal manera que entrando al siglo XXI el medio "puro" de las imágenes en movimiento se volvió una excepción y los medios híbridos son la norma, tal como prueban las películas que incluyen imágenes digitalizadas, el remix, el mashup, los videojuegos, las instalaciones con realidad virtual, entre otras formas nuevas y experimentales que se suman a la ecología de los medios.

Comunicación Mediática

Por Claudio Alvarez Terán

Los medios de comunicación del siglo XX tomaron el nombre de medios masivos de comunicación, y en este siglo XXI esos medios se han convertido en medios tradicionales de comunicación, frente a la aparición de los llamados nuevos medios, caracterizados por la digitalización y las nuevas tecnologías.

Los Medios Masivos de Comunicación, tomaron su nombre del concepto sociológico propio del siglo XX, la masa, relacionado especialmente con los movimientos políticos populares; mientras que al pasar al ámbito cultural del siglo XXI esos medios tradicionales deben modificar su relación con los receptores, y reemplazar la idea de masas, por otro concepto sociológico más propio del nuevo siglo que es el de multitud o muchedumbre, del cual derivamos la idea de audiencia, en tanto grupos humanos relacionados directamente con los medios de comunicación en carácter de receptores.

Mientras que la palabra masa excedía el ámbito de los medios, el concepto audiencia es específico al receptor de medios.

Medios Masivos de Comunicación, Medios de Comunicación de Masas, Mass Media, todas estas expresiones se refieren a los medios electrónicos de comunicación cuya característica común es la de ser “masivos”.

La palabra masivo alude a la capacidad de un mensaje de alcanzar a un receptor multitudinario llamado “masa”.

¿Pero qué es la masa?

Masa es una categoría sociológica de análisis que nace a comienzos del siglo XX como un concepto cuantitativo, referido a un grupo numeroso de personas.

Pero no se aplica este concepto para cualquier tiempo histórico, de hecho no se habla de masa en la antigüedad ni en la edad media, la masa está relacionada con la revolución industrial (siglo XIX) y la incorporación a la vida económica, social y política de millones de personas que hasta aquel momento se encontraban fuera de toda consideración, los trabajadores. El concepto de masa nace relacionado con el concepto de pueblo, de lo popular, de lo proletario (masa obrera).

La idea de la masa remite a un organismo único, homogéneo, uniforme e igualitario; tanto en su aspecto exterior (vestimenta, costumbres), como en su interior (valores, sentimientos e intereses).

Cuando se habla de masa se hace referencia a un elemento que parece tener vida propia, por eso es común escuchar que la masa “piensa”, “actúa”, “sufre” o “reacciona”.

La masa pasa a ser de esta manera un concepto que califica. Decir masa es decir mucha gente junta, y comienza a cargarse el término de un valor despectivo a medida que se relaciona masa con grupo de trabajadores y a ellos con los estratos más bajos de la sociedad.

Este valor despectivo surge del análisis psicológico de la masa, ya que las personas individuales que componen la masa pierden sus conductas habituales para adoptar las conductas de la masa. Es decir, existe una psicología y una conducta de la masa que es diferente a la sumatoria de las

conductas y psicologías de los partícipes de la masa, la idea es que una persona dentro de la masa pierde su identidad y voluntad y adopta la de la masa.

La sociedad moderna adopta el nombre de sociedad de masas, la democracia moderna es llamada democracia de masas y los medios adoptan la calificación de medios masivos.

A esta idea de una masa homogénea es a la que se enfrentan los primeros medios de comunicación electrónicos definiendo las características de sus mensajes en relación con esa concepción de la primera mitad del siglo XX en el que la masa se identificaba con la pérdida de la voluntad individual.

Ya a finales del siglo XX con las nuevas tecnologías naciendo el concepto de masa quedó superado para hacer referencia a los receptores de los medios. Si bien hay medios que siguen teniendo audiencias masivas, de millones de personas, estos pasan a llamarse medios “generalistas”, comenzando a definirse no por sus receptores sino por sus contenidos.

Los medios generalistas son aquellos cuyas temáticas son generales, simples y esquemáticas de manera de resultar atractivas para enorme cantidad de personas, que serán esas audiencias masivas que convocan.

Para identificar con precisión a la televisión generalista podríamos decir que se trata de los canales de aire. En ellos se encuentran las propuestas de programas cuyos televidentes están en el amplio abanico de la masa. Por el contrario los medios que están destinados a ciertos fragmentos del público y no a todo, se llama televisión temática, y es típicamente el comportamiento de la televisión por cable donde ciertos temas configuran la totalidad de la programación de un canal, como ser Crónica TV (informativo), TNT (cine), Gourmet (cocina), ESPN (deportes), etc.

Concepto de Audiencia

Como decíamos, a finales del siglo XX la categoría de masa deja de usarse para referirse al receptor de los medios generalistas y se adopta el término Audiencia, palabra que está ineludiblemente ligado a los medios de comunicación, ya que no es concebible ningún integrante de la audiencia sin contacto con los medios.

La audiencia, por tanto, la componen individuos que coinciden en tomar contacto con un medio de comunicación, sean pocos o muchos.

Si la masa se consideraba un grupo de numerosos de personas que pierden su individualidad y por ende son objeto de influencia directa de parte de los medios, la idea de audiencia es diferente, ya que estamos frente a individuos en uso de su propia conciencia que no tiene una actitud pasiva con el medio, sino por el contrario, una actitud activa.

La toma de conciencia de las diferencias individuales de las audiencias obligó a pensar que era necesario conocer más sobre esa audiencia a la que estaban destinados los contenidos emitidos por los medios. Y estas investigaciones sociológicas dieron como resultado la certeza de que no existe una única audiencia, sino que es necesario identificar distintas audiencias cuya tarea está a cargo la investigación de mercado y segmentación de mercado.

La investigación de mercado es el análisis que los medios hacen de sus contenidos y su percepción por parte del público, qué es lo que cree la gente sobre sus mensajes. Esas investigaciones de mercado comienzan a dar cuenta de la existencia de diversos segmentos de audiencia para diversos contenidos.

Los estudios sociológicos enfocados sobre las audiencias revelan la existencia de grupos de interés de acuerdo a edad, nivel educacional, tipo de personalidad, etc., de manera de poder precisar quiénes son los destinatarios del mensaje y a partir de ello cómo y dónde debe ser transmitido.

La idea de audiencia supone la existencia de fragmentos, de muchas audiencias, ya que existen grupos de personas que se relacionan con un medio mientras que otro grupo lo hace con otro medio. Incluso hay audiencia para un tipo de programas o para determinado personaje.

Por lo tanto de una investigación de mercado que explore los intereses de la audiencia de los medios de comunicación surgirán segmentaciones de mercado según la coincidencia de gustos, valores, deseos e intereses; es decir, se establecerá un segmento de audiencia a la que dirigir determinados mensajes que si son direccionados a otro segmento de audiencia no serán recibidos con interés.

Por eso podríamos caracterizar a los medios de comunicación como “vendedores de audiencias”, es decir, los medios captan un determinado fragmento de audiencia y luego “ofertan” esa audiencia a los avisadores publicitarios a los que les interesa anunciar sus productos razón por la cual pagan a los medios para hacerlo. No hay que olvidar que los medios generalistas se sustentan económicamente en su totalidad en virtud a los ingresos de publicidad y en el caso de los medios temáticos esa sustentación es parcial.

Así G. Orozco y M. Barbero hablan de que “los medios no se dirigen a seres pasivos, por el contrario, en toda situación de recepción hay modos de leer y apropiarse del mensaje, según la historia, las condiciones culturales, la edad, entre otras posibilidades. Por lo tanto la relación con los medios siempre está mediada” por las condiciones particulares de cada audiencia.

Porque existen rasgos comunes entre individuos que pertenecen a un mismo grupo generacional, o económico, o laboral, o regional, suelen existir pues parecidas expectativas, parecidas necesidades, parecidos intereses.

Basta observar la grilla de programación de una empresa de cable (televisión temática) para encontrar los diversos sectores a los que están dirigidos los mensajes, segmentados según los grupos de interés, según las audiencias.

El receptor actual de los medios masivos es un receptor fragmentado, y ha sido fragmentado por los propios medios al emitir mensajes dirigidos a sectores específicamente establecidos de la sociedad, a audiencias concretas.

Así, las emisiones de la TV paga, televisión temática, se fragmentan en decenas de canales direccionados a un sector determinado de la población: espectadores de deportes, mujeres,

amantes del arte, consumidores de series, niños, preadolescentes, adolescentes, posadolescentes, adultos, etc.

Lo mismo sucede con las decenas de revistas que existen en el mercado dirigidas a cada sector de la población y aún más, la fragmentación continua en cada sector ya fragmentado ya que se vuelven a diferenciar porciones de audiencia según la condición socio-cultural, la educación, las preferencias. Un ejemplo de ello son las revistas dirigidas al público femenino o las múltiples ofertas de revistas sobre música o espectáculos.

De tal modo que para quien no forma parte del fragmento de audiencia a la que va dirigida una determinada emisión le resulta habitualmente una tarea difícil tomar contacto con ella, ya que los códigos que se manejan resultan muy particulares y específicos.

Baste imaginar a un adulto viendo un canal de música juvenil, que no maneja los códigos en que sus mensajes se transmiten, o bien un grupo juvenil tratando de decodificar una emisión dedicada a la música clásica.

Por otra parte, no hay que olvidar que los avances tecnológicos en materia de medios permiten una mayor flexibilidad en la transmisión de contenidos con lo cual hace factible que un mismo medio pueda diversificar sus emisiones conformando una cadena segmentando sus contenidos para dirigirlos a diferentes audiencias. (Por ejemplo una emisora de TV por aire puede generar programas de TV por cable, o bien una radio AM emitir diversas señales de FM).

Incluso la aparición de nuevos modos de comunicación como los blogs nos presenta la posibilidad de analizar las audiencias como “microsistemas de lectores”²⁵, es decir un espacio de comunicación visitado por una audiencia mínima en cantidad y de intereses absolutamente coincidentes.

De tal manera del receptor masivo, conceptualizado con la palabra “broadcasting” (público múltiple), típica de los tiempos de la radio y la televisión generalista del siglo XX, pasamos al concepto de “narrowcasting”, es decir, una audiencia conformada por receptores limitados y de intereses específicos, típica de la televisión temática del siglo XXI.

El próximo paso en esta fragmentación del receptor de medios se ubica en la órbita del llamado “pointcasting”, una comunicación interactiva individual en la que el mensaje está dirigido estrictamente a un receptor individualizado, tal como sucede hoy día con las páginas web de perfil personalizado o la posibilidad que podría ofrecer la futura televisión digital.

Otra particularidad de las audiencias de nuestro tiempo es la asincronía, es decir, el abordaje del mensaje por parte del receptor fuera del tiempo directo de la emisión del programa. La audiencia no necesariamente entra en contacto con el medio en el momento que el medio emite sino en el momento en que cada integrante de la audiencia lo desea.

El especialista francés Jean Fogel ubica a esta *audiencia asincrónica* como aquellos que pueden descargar elementos audiovisuales, de radio o televisión, desde la Internet o a través de las

²⁵ Julián Gallo, profesor de Nuevos Medios de la Universidad de San Andrés

grabadoras de video o digitales, para luego vivir una experiencia individual que es enfrentarse diferidamente en solitario frente al contenido. A tal punto que se camina hacia la idea de que solamente algunos acontecimientos deportivos o políticos serán los que quedarán para ser vividos en directo, “todo lo demás lo vivirá por su cuenta eligiendo lo que le gusta, cuando le guste”, y el éxito de plataformas como Netflix ratifican esta idea.

Por eso para Fogel internet es la muerte de la recepción de masas.

Orozco habla de la existencia de un doble fenómeno que se potencia: masmediación y audienciación.

La masmediación indica el lugar central que los medios de comunicación ocupan en la vida actual, constituyéndose ya no en una herramienta que se elige, sino en una necesidad.

La audienciación es el fenómeno que expresa cómo los individuos somos audiencias múltiples de diversos dispositivos comunicacionales (televisión, internet, radio, cine, etc.)

La masmediación de la sociedad no hace más que multiplicar la audienciación.

Los medios y la realidad

Los medios llenan toda la vida de la gente, se ha dicho que reflejan la realidad, aunque como afirmó el sociólogo francés Pierre Bourdieu, esto es inexacto, los medios son un instrumento para crear la realidad.

El también francés Dominique Wolton sostiene que los medios confunden la luz que arrojan sobre el mundo con la luz del mundo, esto significa que los medios solo iluminan un número muy limitado de problemas; y son siempre las mismas personalidades de la economía, la política, el mundo científico o cultural las que se expresan y las mismas ideas las que se transmiten.

Por eso un análisis del fenómeno de los medios masivos de comunicación no puede perder de vista este hecho de analizar de qué manera los medios se presentan como mediadores entre esa realidad y nosotros, y el modo en que las audiencias elaboran ese mensaje. La representación de la realidad que hacen los medios es un recorte, lo cual significa exclusiones e inclusiones que son efectuadas por los mismos medios a la hora de determinar qué cosa se transmite a las audiencias.

Y también los medios de comunicación construyen nuestras identidades mediando entre la realidad y nosotros. Nos dirán lo que es bueno y lo que es malo, lo que es justo y lo injusto, lo positivo y lo negativo, lo permitido y lo prohibido, nos indicarán como comportarnos, a quién amar y a quién odiar, qué sentir, qué pensar, cómo vestarnos, qué consumir, qué desear y qué temer.

Por eso no basta con conocer el mensaje de los medios, sino que el objetivo debe ser poder realizar un análisis crítico de esos mensajes, lo cual quiere decir plantarse frente a los medios de manera desafiante, no dispuestos a constituir una audiencia pasiva más, dócil receptora de una representación ajena.

El receptor debe tomar distancia de la información, esa distancia que la tecnología suprimió, porque algo debe llenar esa distancia y ese algo es el conocimiento. El conocimiento demanda

esfuerzo y tiempo, pero solo con la pausa del conocimiento puede enfrentarse el vértigo de la información.

Aunque hoy estamos en condiciones de verlo todo eso no significa que podamos comprenderlo todo. El verdadero triunfo no es acceder al acontecimiento, cuya presencia en los medios es excesiva y agobiante, sino comprenderlo, y para ello se requiere establecer distancia y dotarse de conocimiento.

Los medios de comunicación tradicionales

Hoy en día todos formamos parte del escenario de los medios masivos de comunicación, participamos de ella aún a costa de nuestra voluntad, ya que los medios están por todas partes más allá de nuestra decisión.

Es cierto que podemos apagar los medios, pero el hombre de hoy cuando se ve privado del contacto con los medios masivos ingresa en una sensación de aislamiento y soledad.

Como dijimos la afirmación de la libertad y el individuo de nuestra sociedad del siglo XXI conspira contra la aceptación de normas y reglas en las que estaba ordenada la sociedad del siglo pasado en base a sus instituciones, lo cual produce una fragmentación del vínculo social.

Y los medios, y especialmente la televisión, actúan como un esencial vínculo social de nuestros días, como un mediador necesario, ya que la televisión masiva es la única actividad compartida por todas las clases sociales, todas las edades, todos los sectores.

No existen hoy en día muchas otras actividades sociales y culturales que tengan tal poder de penetración transversal, que atraviese todos los sectores sociales como los medios de comunicación.

Por eso bien puede verse a la televisión como una herramienta de masificación de la cultura, pero también como un medio de vincular las heterogeneidades sociales y culturales; vincular a todos los "otros", incluirlos, evitar la exclusión; un factor democratizador de los mensajes.

Pero no hay que perder de vista que un mismo mensaje no puede ser recibido de la misma manera por todos, ya que los diferentes contextos hacen la diferencia. Por lo tanto debemos postular que un mensaje homogéneo no impide una recepción heterogénea, esencialmente en lo que llamamos medios generalistas.

Por el contrario la existencia de los medios temáticos, aquellos que no están dirigidos hacia todos sino solo hacia algunos interesados, constituye un reflejo de la fragmentación de la sociedad y la multiplicación de audiencias.

Qué son

Son parte del panorama general de la Industria Cultural.

El concepto de Industria Cultural remite a la idea de que existe una elite cultural que controla mediante la producción de los mensajes que emiten los medios al resto de los grupos sociales, especialmente los más bajos de la escala social.²⁶

Durante la década de los ochenta y como consecuencia del Informe elaborado por la Comisión Mc.Bride en torno a las importantes asimetrías existentes entre los países desarrollados y en desarrollo en materia de producción y distribución de productos mediáticos, un Comité de expertos

²⁶ Este concepto fue desarrollado por primera vez por los filósofos alemanes Theodor Adorno y Frank Horkheimer en su libro *Dialéctica del Iluminismo* de 1947

reunidos bajo el auspicio de la UNESCO elaboró un enfoque equilibrado respecto a la verdadera función de las industrias culturales en las sociedades contemporáneas. Este Comité definió a las industrias culturales como "aquellas industrias cuyos bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, conservados y difundidos según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando estrategias de carácter económico".

Conforme se desprende de esta nueva conceptualización realizada por el Comité Mc Bride, la definición de las industrias culturales comenzó a centrar su atención en la conjunción de elementos tan variados como los procesos industriales (requeridos para la elaboración de dichos bienes y servicios culturales, bienes y servicios simbólicos) y la actividad creativa del que produce los bienes y servicios culturales.

En un concepto de tan amplia perspectiva como el de Industrias Culturales que alude a "bienes y servicios culturales", se requiere una identificación más precisa de a qué cosa se refieren esos productos simbólicos generados por la industria cultural.

Las industrias culturales se centran en las industrias de la radio, la televisión, el cine, la música, la publicidad, el libro, los periódicos, etc., y también ciertas actividades teatrales y turísticas que logren conjugar tanto el aspecto económico-comercial como cultural.

Esta definición, que hace confluir las dimensiones económicas y culturales de las industrias culturales, nos permitirá comprender en toda su complejidad el debate entre cultura y comercio hoy existente. Este debate, en el que las industrias culturales son el punto central de conflicto, forma parte del grupo de reflexiones sobre los efectos de la globalización en las culturas nacionales que han sido el centro de atención, en estos últimos años, de antropólogos, sociólogos y expertos en comunicación.

Los productores culturales son un pequeño grupo que ostenta el poder monopólico sobre los medios de comunicación (que por lo general coincide con el poder económico y/o el poder político) y produce los mensajes que circulando por las sociedades son consumidos por los públicos y las audiencias; la existencia de una Industria Cultural supone entonces una dominación cultural de un grupo de poder que emite los productos culturales sobre una audiencia masiva que los recibe, ya que las Industrias Culturales resultan claves en la construcción de la identidad de un país.

Máxime cuando los medios se conciben como verticales, porque aparecen como los dueños de la realidad que unos pocos exponen a la totalidad de la sociedad, tienen el "monopolio" de la palabra y al tenerlo aparecen como la única palabra autorizada. La televisión es productora de idolatría.

Su Función

La función original de un medio de comunicación es social, es decir, servir adecuadamente a la comunidad en materia de información y comunicación. Pero a partir del factor económico que rige a los medios masivos de comunicación esa función social se desdibuja y se convierte en una función comercial.

La motivación de los medios masivos de comunicación, reiteramos, es claramente económica, es la ganancia. Los medios responden a los intereses del capital, su objetivo es, legítimamente, ganar dinero. La noticia en este mundo global ya no es un bien social, es una mercancía.

Y cuando se avanza en el camino de ese objetivo económico surge de inmediato el factor de la propiedad de los medios masivos, propiedad que suele recaer en nuestro siglo XXI en el gran poder económico. Para hablar hoy de medios de comunicación como "servicio público" debe referirse a los medios de alcance comunal y no a los multimedia de dimensión nacional o internacional cuyos principios, objetivos y misión se remiten a la defensa de sus propios intereses de carácter económico.

Por todo ello la propiedad privada de los medios de comunicación masiva es contradictoria con la función social que se le atribuye. La función debe ser social, pero la propiedad no lo es. Y además en muchos países, como es el caso argentino, la propiedad de los medios de comunicación masivos es predominantemente extranjera, lo cual significa que esa supuesta “función social” es definida por el capital foráneo.

Desde otra perspectiva la esencia de los medios es informar, pero ¿se informa? Hoy existe una sobreabundancia de información. ¿Cómo saber seleccionar cuál es la importante, cuál es la trascendente, cuál es la esencial?

El bombardeo masivo de información confunde entre “saber” y “hacer”, y así la sociedad puede “saber” profundamente acerca de sus problemáticas, sus miserias, sus defectos y sus virtudes, pero no “hacer” nada con ello. El espectador de los medios se convierte así en un “conocedor pasivo” ya que el hacer exige la voluntad activa de las personas, una decisión autónoma y personal, una visión crítica de las audiencias.

Se dice que la prensa informa en libertad, pero si grandes empresas capitalistas son dueñas de los medios masivos, estos representan a sus intereses, dado lo cual la libertad de prensa es más formal que real, puesto que esas empresas no habrán de difundir información que pudiera afectar sus intereses comerciales. Estamos en presencia más de una libertad de empresa que de libertad de prensa.

Por otro lado, ¿es el receptor un receptor libre?

Si la información viene cargada de la interpretación impuesta por el medio, que por lo general suele ofrecer una sola visión de la realidad, un solo recorte, la libertad del emisor queda seriamente amenazada si no puede recurrir a otras voces ni a otros recortes de la misma realidad.

El receptor

El receptor actual de los medios tradicionales es un receptor fragmentado, las audiencias, y que ha sido fragmentado por los propios medios que comenzaron a emitir mensajes dirigidos específicamente a cada sector individualizado de la sociedad.

Así, las emisiones de la TV temática se fragmentan en decenas de canales direccionados a un sector determinado de la población: espectadores de deportes, mujeres, amantes del arte, consumidores de series, niños, preadolescentes, adolescentes, posadolescentes, adultos, etc. De tal modo que para quien no forma parte del fragmento de audiencia a la que va dirigida una determinada emisión le resulta habitualmente una tarea difícil tomar contacto con ella, ya que los códigos que se manejan resultan muy particulares y específicos.

Los medios llenan toda la vida de la gente y son los transmisores de la realidad y del sentido con el que se observa el mundo y las cosas.

Dominique Wolton sostiene que los medios confunden la luz que arrojan sobre el mundo con la luz del mundo, esto significa que los medios solo iluminan un número muy limitado de problemas; y son siempre las mismas personalidades de la economía, la política, el mundo científico o cultural las que se expresan.

Los medios de comunicación están capacitados para generar casi un duplicado del mundo, su reflejo especular; pero la cuestión es poder discernir en qué medida esa imagen que transmite el medio de comunicación es o no el mundo real. Cuando un medio dice “reflejar la realidad”, nos muestra una realidad que no es LA realidad, del mismo modo que la imagen que nos devuelve el espejo es una imagen de nosotros pero no somos nosotros. Sucede algo similar cuando un medio nos dice “mostrar la realidad”, ya que lo que vemos es el recorte de realidad que ese medio concibe como tal.

Los medios de comunicación, en definitiva, lo que hacen es CONSTRUIR la realidad, una realidad acotada a la perspectiva y pensamiento de cada medio.

Por eso un análisis del fenómeno de los medios masivos de comunicación no puede perder de vista este hecho de analizar de qué manera los medios representan la realidad se presentan como mediadores entre esa realidad y nosotros, las audiencias; construyen nuestras identidades mediando entre la realidad y nosotros.

Nos dirán lo que es bueno y lo que es malo, lo que es justo y lo injusto, lo positivo y lo negativo, lo permitido y lo prohibido, nos indicarán cómo comportarnos, a quién amar y a quién odiar, qué sentir, qué pensar, cómo vestarnos, qué consumir, qué desear y qué temer; en definitiva, darán forma al sentido con el cual se observan las cosas.

Por eso no basta con conocer el mensaje de los medios, sino que el objetivo debe ser poder realizar un análisis crítico de esos mensajes, lo cual quiere decir plantarse frente a los medios de manera desafiante, no dispuestos a constituir una audiencia pasiva más, dócil receptora de una representación ajena.

El receptor debe tomar distancia de la información, esa distancia que la tecnología suprimió, porque algo debe llenar esa distancia y ese algo es el conocimiento. El conocimiento demanda esfuerzo y tiempo, pero solo con la pausa del conocimiento puede enfrentarse el vértigo de la información.

Aunque podamos verlo todo hoy no significa que podamos comprenderlo todo. El verdadero triunfo no es acceder al acontecimiento, sino comprenderlo, y para ello se requiere establecer distancia y dotarse de conocimiento, porque el suceso reina en los medios, y su peso es excesivo, en muchas circunstancias agobiante.

Esa distancia es la que genera el cambio de idea desde la de un receptor pasivo, típico de la visión del siglo XX, a la de un receptor activo, propia de la visión de las audiencias del siglo XXI.

Un receptor activo que tiene como alternativa la de aceptar, rechazar o negociar con el significado y sentidos de los mensajes de los medios. Aceptarlos o rechazarlos activamente, o bien generar una negociación de sentido con los mensajes de los medios desde la propia perspectiva del receptor.

El mensaje

Los mensajes que transmiten los medios generalistas son simples, emotivos, rápidos, efímeros y esquemáticos, por la misma naturaleza general de las audiencias masivas a los que están destinados.

- Simples porque carecen de la complejidad propia de los sucesos reales, que son reducidos mediante el mensaje mediático a su mínima expresión, simplificados. La televisión en directo especialmente reduce la complejidad múltiple de la sociedad a un solo plano inmediato.
- Emotivos porque apuntan a despertar el interés más básico del receptor y no a agudizar su comprensión crítica.
- Rápidos y efímeros son los mensajes mediáticos ya que tienen la característica de ser suplantados en un lapso muy breve por otros mensajes cuya vida también será muy corta.
- Esquemáticos por su sencillez que no expresa la riqueza de la realidad cotidiana, careciendo de un contexto que le dé sentido y de un pasado que le entregue trascendencia.
- En esos mensajes no quedan espacios para la reflexión o la elaboración crítica de parte del receptor, llegan absolutamente elaborados para ser consumidos.

La propiedad de los Medios. Concentración y Pluralidad.

Los medios de comunicación dentro del fenómeno de la mundialización y las nuevas tecnologías ocupan un protagonismo central.

El mundo del siglo XXI no puede entenderse sin los medios masivos de comunicación, así como es imposible entender el siglo XX sin la función de la electricidad o el petróleo.

La realidad aparece a través de las pantallas, las páginas o los parlantes de los medios, y se convierte en la “verdadera” realidad para la sociedad, porque cuando solo se puede acceder a la copia, la copia se transforma en el original.

La realidad mediática es una realidad visible, clara, transparente y simple, a diferencia de la realidad que rodea a las personas más allá de los medios que es confusa, contradictoria y compleja.

Por eso la gente prefiere la realidad mediática a la realidad circundante, porque es una realidad emocional y esquemática que no necesita de un esfuerzo de comprensión. Es una realidad clonada, armada y pasteurizada, una realidad hipervisible, una hiperrealidad.

Por esta razón los medios, que asumen la enorme responsabilidad de “construir” la realidad del mundo posmoderno dentro del modelo económico actual, son actores protagónicos del sistema, aún más que el poder político, al que en ocasiones suplantán en sus funciones.

Así los medios conforman el llamado Poder de la Información, y aliados con el Poder Económico dictan las formas de la realidad. Esa alianza entre Poder Informativo y Poder Económico se evidencia en las fusiones que dan forma a los megamedios de comunicación de la actualidad, en las que enormes masas de dinero se vuelcan al sistema informacional.

Los grandes medios de comunicación se han transformado en corporaciones multimedias, muchas de ellas de alcance global o regional, a través de la compra o fusión de radios, televisoras y medios gráficos o incluso por la absorción de medios de comunicación por parte de grandes conglomerados económicos muchas veces ajenos a la industria cultural, que buscan en el negocio de los medios una vía empresarial de obtención de ganancias.

Este fenómeno de concentración empresarial de los medios de comunicación se basa en la llamada “convergencia”, fenómeno que explica la búsqueda de las corporaciones de medios por incluir dentro de su propiedad al sector de la transmisión de datos (telecomunicación) y al sector de la producción de contenidos, en todas sus formas. Básicamente se trata de lograr aunar en un solo paquete de emisión la televisión, la telefonía y la internet, de manera tal de transformar la idea de multimedia en el concepto de unimedio, un solo medio que aúne en sí mismo todos los formatos, el control absoluto de la emisión de mensajes mediáticos.

La concentración de los medios puede ser desarrollada en base a tres formatos:

1. Concentración Horizontal: se trata de la creación de grupos de medios en base a un solo tipo de medios, es decir sumar diferentes empresas de televisión, sumar diferentes empresas de radio, etc., aumentando de ese modo la cuota de mercado.

2. Concentración Vertical: el grupo se expande hacia las diferentes fases de producción de un medio. Por ejemplo un diario que compra una empresa de fabricación de papel y una distribuidora; o un canal de TV que adquiere productoras de programas y empresas de cable.
3. Concentración Diagonal: se trata de conglomerados, en los que se concentran empresas de medios de diversos tipos. Es el Grupo de Medios típico, que tiene en su poder radios, canales de tv, diarios, etc.

La magnitud de estas megaempresas hace de los medios un PODER central del nuevo modelo económico, social, político y cultural del siglo XXI.

La industria del entretenimiento, en la que los medios juegan una función esencial, se encuentra entre las tres de mayor potencial económico global junto a la de armamentos y la de medicamentos.

Estamos frente a complejos multimediales que unen la potencia expresiva y emocional de la televisión con el alcance global de la Internet, pudiendo de esta manera no solo proveer los canales de comunicación sino también los contenidos de la Industria Cultural que en ellos se transporta, que por esa razón en este siglo ha adoptado el nombre de Industria de Contenidos.

De este modo el espacio para la conciencia libre y crítica se va reduciendo peligrosamente ante semejante exposición de poderío económico y comunicacional, y bombardeo de contenidos y significados, con una ilimitada capacidad de ocupar espacios geográficos y tiempo en la vida de las personas, ya que la multiplicidad de medios que tenemos en nuestro tiempo no asegura pluralidad de ideas, en tanto y en cuanto esa enorme cantidad de medios se encuentran concentrados en pocos propietarios, repitiéndose entonces un mismo mensaje, un mismo sentido, una misma línea ideológica de los grandes grupos repetidos en los diferentes medios de su propiedad.

Un factor esencial en esta cuestión es defender la vigencia de la pluralidad, la posibilidad de que los mensajes que circulan representen el amplio abanico de diferentes pensamientos que existen en la sociedad, la pluralidad es un factor esencial para la legitimidad democrática.

En cuestión de medios de comunicación la pluralidad de mensajes no es directamente proporcional a la cantidad de medios, sino al nivel de concentración. Si existe un alto nivel de concentración tendremos una pluralidad baja, si existe un bajo nivel de concentración de la propiedad los niveles de pluralidad crecen.

CULTURA MAINSTREAM ²⁷

Cuando hablamos de consumo en el siglo XXI existe un factor ineludible de análisis que es el de las tradicionalmente llamadas Industrias Culturales, que forman parte de las bases de la Cultura-Mundo que ya hemos descrito. En palabras del sociólogo francés Gilles Lipovetsky también se trata de industrias de la moda, y por ende funcionan en base a la renovación permanente, la diversificación y un estrecho vínculo con el mercado. En ninguna otra parte tanto como en la Industria Cultural se observa prevalecer la inconstancia y la imprevisibilidad de los gustos.

Para tener una idea clara podemos decir que en los años de 1950 el tiempo promedio para la explotación comercial de una película de cine era de 5 años aproximadamente, ahora es de menos de un año; actualmente un programa televisivo puede ser levantado del aire en pocas emisiones. En la actualidad el ciclo de ventas de un super-éxito musical no supera los seis meses y raros son los libros de gran venta (llamados best-sellers) que están un año en las listas de más vendidos. Cada mes un disco empuja al otro, un libro empuja al siguiente, una película desplaza a la que sigue, en un proceso constante de obsolescencia renovada.

Las expresiones culturales en el siglo XX tomaron dos caminos, por un lado la llamada Alta Cultura y por otro la Cultura Popular. La Alta Cultura estaba vinculada con sectores minoritarios de alto poder adquisitivo y con producciones culturales consideradas de mayor nivel, perdurables y de calidad, a las que se reservaba el título de “arte” (pintura, ballet, ópera, lírica, etc.); mientras que la Cultura Popular se la consideraba reservada al consumo de la gente del pueblo siendo consideradas esas producciones como de menor calidad o escasa trascendencia, algo así como un mero “entretenimiento” (cine, radio, tango, folklore).

Las Industrias Culturales se fueron especializando en la difusión de esa Cultura Popular, ya que la Alta Cultura se la consideraba exenta de relaciones mercantiles y de consumo porque su carácter minoritario no hacía necesario a los medios para su acceso. De alguna manera los sectores sociales más altos accedían a la Alta Cultura exentos del fenómeno de consumo y la Cultura Popular se transformó en contenido de la industria cultural, como es el caso de la radio, el cine y finalmente la televisión.

Esta vinculación de la Alta Cultura como la verdadera cultura de calidad sin necesidad de los medios de comunicación y la Cultura Popular como una expresión de menor jerarquía especialmente relacionada con las industrias de medios, fue separando los conceptos de Cultura y de Mercado, como si se tratase de elementos irreconciliables; a tal punto que el célebre filósofo alemán Walter Benjamin consideró al cine como una expresión cultural que no era arte, ya que no podía concebir que una obra de arte pudiera reproducirse, siendo la característica central de la obra de arte su originalidad. La reproductibilidad de la obra de arte fue fundamental para transformarla en un producto cultural dentro de un mercado cultural de consumo.

Esta separación entre cultura y mercado, que consideraba que el involucramiento de las producciones culturales con el mercado solo era posible para las expresiones menores propias de la cultura popular comenzó a ser revisado activamente a partir de los cambios operados a finales

²⁷ Basado en el libro *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*, de Frederic Martel.

del siglo XX, cuando la televisión, el cine, la literatura y la música se convirtieron en servicios de altísima demanda por parte de la gente, enorme penetración espacial y alcance global; estos cambios se consolidaron cuando los medios tradicionales comienzan a cruzarse a comienzos del siglo XXI con los nuevos medios digitales emergentes de la Internet y sus modalidades de intercambio; ya que las industrias culturales convirtieron en un producto de consumo a todas las expresiones culturales, sin distinción de audiencias ni calidades, eliminando la distinción entre alta cultura y cultura popular, a partir de entonces el mercado será el espacio común de ambas.

Incluso se ha dejado de hablar estrictamente de Cultura, sino de una conjunción de productos de arte y entretenimiento de consumo masivo generados por una formidable industria de contenidos destinada a ese fin, la industria del *mainstream*. Por eso hay quienes prefieren modificar el concepto de Industria Cultural del siglo XX para hablar de Industria Creativa o de Contenidos que incluya tanto a los medios tradicionales y digitales, porque no se trata ya solo de productos culturales sino también de servicios y formatos.

En todos los países del mundo, y obviamente en la Argentina también, los llamados consumos culturales (películas, programas televisivos, espectáculos deportivos, libros, programas de radio, música, etc.) representan gran parte de los consumos de las personas teniendo en cuenta el tiempo y el dinero dedicado a ellos; ante esta realidad estamos viviendo una verdadera guerra global por los contenidos.

La guerra por los contenidos se libra en los medios de comunicación con el objetivo de controlar la información, en la televisión por dominar los formatos de los programas y en la cultura en general por conquistar mercados en base a la difusión de películas, de música y de libros, sumando a ellos un nuevo campo de batalla: la internet.

Estamos frente a una fenomenal disputa de poder que circula por los mercados de consumo con el objetivo de imponer influencia a través de la cultura y la información, el llamado Poder Suave (*soft power*)²⁸ en el que se enfrentan países dominantes que pretenden con sus producciones mantener su posición privilegiada en la generación de significado en los cerebros de las personas, países emergentes que pretenden comenzar a ocupar un lugar en el mercado de los contenidos culturales y países dominados que consumen todo aquello producido fuera de sus fronteras.

En esa geografía los Estados Unidos ocupan el liderazgo con el 50% de las exportaciones mundiales en materia de contenidos culturales, seguido por una Europa en declive con el 25%, y detrás un pelotón de países emergentes que comienzan a ganar porciones del mercado, como es el caso de Japón, India, Rusia, Brasil, China en la figura de Hong Kong, Corea del Sur, Egipto, Sudáfrica, los países del Golfo Pérsico y Australia.

Habitualmente los países exportadores de bienes y servicios culturales también son grandes importadores, con una sola excepción: Estados Unidos, que es el primer exportador pero tan solo el quinto importador, mientras que Europa es el segundo exportador pero el primer importador.

Lo que provoca este enorme mercado cultural es la acelerada norteamericanización de la cultura a nivel global mediante el auge del *mainstream*, entendiendo el concepto de *mainstream* como el de

²⁸ Opuesto a la idea de Hard Power que estaría dada por la imposición de fuerza por medios militares o económicos.

una producción cultural que aspira a grandes audiencias, son productos dirigidos a la idea de una “cultura para todos” también llamada “cultura comercial” o “cultura dominante”. El *mainstream* es lo contrario de la cultura de “nichos” dirigida a audiencias pequeñas, a la contracultura, que es la cultura que va en sentido contrario a la establecida, y hasta hay quienes entienden el *mainstream* como “cultura barata” y uniformizada. Lo que queda claro es que la cultura *mainstream* es la que llega a la mayoría de los hogares en todo el mundo y a los dispositivos mediáticos de la amplia mayoría de la población global, programas masivos de televisión, grandes eventos deportivos, ídolos musicales, películas de alta audiencia, libros best sellers, etc.

El viejo concepto de Industria Cultural quizás haya quedado superado para expresar esta realidad y debamos comenzar a hablar de Industrias Creativas o de Contenidos, ya que las industrias de contenidos culturales ya no funcionan como las viejas fábricas del siglo XX de producción en serie e integrada por parte de un único productor, sino que funcionan como las empresas del siglo XXI, a través de una red de centenares de medianas y pequeñas empresas independientes que aportan su trabajo para alcanzar el producto final, cuya financiación es responsabilidad de la gran empresa, y por ende la parte mayor de sus beneficios.

Analizar el funcionamiento de las industrias creativas en el mundo es analizar un complejo y concentrado sistema empresarial dedicado a producir entretenimiento a nivel global. Cinco de los seis mayores estudios cinematográficos son norteamericanos ya que Columbia es propiedad de la japonesa Sony, aunque los demás reciben también grandes flujos de financiación provenientes del Golfo Pérsico, la India y Hong Kong. En la música solo una de las cuatro grandes empresas discográficas es norteamericana (Warner), ya que una es británica (EMI), otra francesa (Universal) y la cuarta japonesa (Sony). En materia de libros hay tres grandes empresas editoriales, entre las que se encuentran el gigante editorial Random House, que es propiedad del conglomerado alemán Bertelsmann; Hachette Livre, del conglomerado francés Lagardere y el grupo editorial español Planeta. En los medios de comunicación seis grandes conglomerados globales, Vivendi (Francia), News Corporación (Gran Bretaña), Disney (Estados Unidos), Viacom (Estados Unidos), Warner (Estados Unidos) y Bertelsmann (Alemania). Como se ve no es cierto que toda la industria cultural esté en manos de los norteamericanos, pero lo particular en este caso es que el origen de los propietarios de estas grandes empresas del entretenimiento no incide en el carácter de sus contenidos, ya que las películas, la música y los libros que se lanzan al mercado tienen todos el sello del espíritu comercial estadounidense.

El hecho de que Estados Unidos sea por lejos el primer exportador de contenidos del mundo hace que el resto de los países sientan la necesidad de evitar verse invadidos por la marea de películas, música, televisión y libros norteamericanos, y por eso comienzan a generar proyectos de producción de índole local. De todos modos hoy no es suficiente preocuparse por la invasión de contenidos norteamericanos, ya que, depende de la región, otros actores se muestran igual de poderosos, como Japón amenazando los mercados de Corea del Sur y Hong Kong, o China intentando penetrar en los mercados de Japón e India, o México y Brasil avanzando sobre los consumos culturales en toda Latinoamérica. Esto demuestra que Estados Unidos ha dejado de ser el único actor que pretende hacer uso del *soft power*.

La nueva geometría de las nuevas industrias creativas, está conformada por dos líneas de acción:

- Intercambios Norte-Sur, cada vez más asimétricos, es decir con mayor fuerza de penetración, como es el caso de Estados Unidos o Europa sobre Asia o América Latina.
- Intercambios Sur-Sur, dominados por algunos países regionalmente fuertes que venden contenidos a países vecinos, como es el caso de Brasil o México en América Latina.

Hollywood y el cine *mainstream*

Desde 1990 las industrias del entretenimiento de los Estados Unidos se encuentran en la segunda posición en materia de exportaciones del país solo detrás de los productos de la industria aeroespacial, y dentro de sus productos el cine ocupa el lugar central. Hollywood difunde su cine a 105 países obteniendo los mayores beneficios de Canadá, Japón, Gran Bretaña, España, Alemania, Francia, Australia, Italia y México, y en los últimos años debemos agregar a Brasil y Corea del Sur.

En América Latina el porcentaje de pantalla que ocupa el cine norteamericano se encuentra en el orden del 80%, es decir de cada 10 películas que se proyectan en la región 8 proceden de Estados Unidos, siendo Latinoamérica un mercado especialmente apetecible por el *mainstream* estadounidense, que no se limita a la simple exportación de películas sino también a la inserción del negocio de los multicines que no dejan de crecer.

Un hito fundamental de la cultura *mainstream* se produce en el año 2000, ya que ese año por primera vez la industria de contenidos de los Estados Unidos generó mayores beneficios fuera del país que en su interior. Este dato que luego continuó creciendo llevó a la industria a plantearse que sus producciones debían tener una perspectiva menos norteamericana y más universal, cosa que incluso se observa en la diversidad de nacionalidades de los actores, los directores, los músicos y guionistas que participan en los films del *mainstream* estadounidense, como ha sido el caso de los directores y guionistas mexicanos Alfonso Arau, Guillermo del Toro, Alejandro Gonzalez Iñarritu y Alfonso Cuarón y los brasileños Jose Padilha, director, y Rodrigo Santoro, actor.

El negocio del cine de los grandes estudios globales se basa en películas de gran presupuesto y enorme difusión, llamados blockbusters o tanques²⁹, y una enorme cantidad adicional de filmes “americanizados” en su estilo y temáticas, o bien, sin ser específicamente estadounidenses, un estilo “universal”, en la búsqueda de captar el interés de cualquier tipo de público. Los franceses hacen películas para franceses, los indios para indios, los argentinos para argentinos, pero los norteamericanos hacen películas formateadas para el gusto de todo el mundo.

De las 10 películas más taquilleras de todos los tiempos 9 fueron estrenadas entre el 2000 y 2010 (la restante en 1997), todas *mainstream* en las que invirtieron en promedio unos 200 millones de dólares por cada una, de los que el 60% se dedicaron a la promoción y la publicidad.

Uno de los factores que Estados Unidos ha priorizado para fidelizar a las audiencias con las salas de cine frente al embate de la televisión y la internet es generar espacios físicos agradables que entreguen a los espectadores un plus a la película misma, la periferia de la que hablaba Baricco,

²⁹ Películas tanque de gran presupuesto son por ejemplo Batman, Rápido y Furioso, Terminator, Los juegos del hambre, Star Wars, Spiderman, Gravedad, etc. etc.

en la forma de climatización, seguridad, estacionamiento, comodidad y servicios como el del consumo de bebidas y comestibles. Muchos multicines encuentran en la venta de pochoclo y gaseosas más ingresos que en la propia venta de entradas, a tal punto que existen salas que tienen exclusividad con Coca-Cola o Pepsi y en relación a ello se ha establecido que las películas de acción generan mayor consumo de pochoclo que las comedias románticas o los dramas, y que el 90% del consumo que realizan los asistentes a las películas lo hacen antes de comenzar su proyección.

Los multicines tienen un ordenamiento de estadio muy inclinado donde cada fila es más alta que la anterior de manera que la visión sea perfecta y se genere una sensación de individualización y por otra parte se instalan dentro de los grandes centros comerciales que constituyen en nuestro siglo el espacio de reunión preferido de la gente. Además la cantidad de salas de un multicine permite que los grandes tanques puedan programarse en varios horarios y atraer de ese modo a los adolescentes, una franja de grandes consumidores de cine, que usualmente no programan sus horarios.

En materia cinematográfica los grandes estudios, que llamaremos *majors*, cumplen la función de bancos financiadores de los proyectos cinematográficos, lo cual les permite mantener el poder y quedarse con lo máspreciado del producto cultural: los derechos de propiedad intelectual, el copyright; porque los derechos le permitirán después multiplicar el producto hasta el infinito en diversos formatos y a través de diversos soportes para maximizar los beneficios.

El proceso de gestación de un film es muy complejo y se produce de la siguiente manera:

1. Aparece un proyecto de parte de una productora que lo presenta en uno de los grandes estudios (llamados *majors*), este proyecto es analizado por el estudio y si lo aprueba le entrega lo que se llama “Luz verde”, que habilita a comenzar la película. La Luz Verde significa que el estudio ha decidido poner el dinero necesario para financiar el proyecto.
2. El productor de la película establece contratos con el director, los técnicos, los actores, los guionistas y centenares de personas que participan del proceso creativo.
3. El productor contrata a decenas de empresas que participarán de la película, como ser empresas de casting que elegirán a los actores, empresas de efectos especiales, empresas de posproducción, empresas de creación de trailers, empresas de marketing y publicidad, empresas de distribución, y otras. Estas empresas son todas independientes, pymes en muchos casos, y en más de una ocasión empresas que tienen su sede en países del exterior de Estados Unidos.

Como decíamos los estudios ponen la plata pero en muchos casos ese dinero a su vez es aportado por una red de inversores en el negocio: co-productores, cadenas de televisión que compran derechos futuros, editores de videojuegos, webs de streaming³⁰ para su futura difusión

³⁰ El streaming es una tecnología que permite visualizar videos por internet desde una base ubicada en una web. La más conocidas actualmente son Netflix y Popconrtime.

por internet, ventas internacionales³¹ y hasta subvenciones del gobierno de Estados Unidos que promociona la producción de filmes.

La producción de una película *mainstream* desarrolla una serie de actividades previa a su estreno:

1. Definir el perfil de la audiencia, que suele tener como referencia los 25 años, hacia arriba o hacia abajo. Lo más arriesgado es hacer una película para chicas menores de 25 años, ya que los análisis de audiencia demuestran que mientras las chicas acompañan a los chicos a ver películas de acción, los varones no hacen lo mismo con las chicas para ver películas destinadas a ellas.
2. Desarrollar un Focus Group, que consiste en reunir una cantidad pequeña de personas elegidas para plantearles una batería de preguntas relacionadas con el tema del film para ajustarse al gusto del público.
3. Comenzar una campaña de difusión previa utilizando los programas de espectáculos de las cadenas televisivas.
4. Realizar nuevos Focus Group para ir ajustando el desarrollo de la producción inclusive proyectándoles a los participantes la primera edición de la película aún sin terminar, de manera de ajustar el tiempo de duración e incluso cortar partes del film que no sean del agrado o modificarle el final.
5. Utilización de internet lanzando los trailers en las redes, abrir páginas web y foros de discusión que generen una reproducción viral y dar la sensación en el público de estar formando parte de la creación del film, al tiempo que se comienza a vender los productos derivados.

Una característica del cine *mainstream* es la tendencia a la renovación permanente, diferente a la habitual tendencia que anteriormente tenía el arte.

Mientras que el arte regularmente se renovaba a través de lo que se dió en llamar “movimiento vanguardista” (en su momento el impresionismo, el surrealismo, el dadaísmo, etc.) que rompía con los contenidos vigentes en el arte; las industrias creativas por el contrario se renuevan en base a fórmulas ya probadas y seguras, las “novedades” mediáticas no suelen producir rupturas sino continuidades de lo ya conocido y probado en el éxito.

Por ese motivo una vez que una película se vuelve exitosa sus secuelas, y ahora precuelas, se reproducen al infinito, o cuando un programa de televisión alcanza alto grado de aceptación intenta sostenerse sin cambios y es usualmente convertido en un “formato”, que se vende a otros medios con “seguridad” de éxito. En este sentido la renovación mediática se asemeja a la de la moda, ya que se trata de una aventura sin riesgo en variaciones de pequeñas diferencias, como si se tratara de un Dorado, por ejemplo el personaje de Spiderman, al que se le modifica la Plataforma, Spiderman 1, Spiderman 2, Spiderman 3...

³¹ Actualmente las películas tanques recaudan más dinero en el exterior que en el interior de Estados Unidos.

Entre los estudios *majors* se destaca Sony, uno de los seis grandes productores de la industria del entretenimiento global, se trata de una empresa de origen japonés que decidió incursionar en el negocio de los contenidos cuando en 1989 compró los estudios norteamericanos Columbia, Tri Star y parte de MGM, al mismo tiempo que adquirió las discográficas Columbia, RCA, Arista, CBS y Epic.

Lo que se propuso Sony es proveer un completo pack de entretenimientos a los consumidores globales, desde los aparatos a los contenidos, desde el hard hasta el soft; perdiendo en el camino su carácter específicamente japonés y convirtiéndose en una empresa sin bandera que no intenta transmitir valores japoneses sino que tomó la decisión de respetar a los norteamericanos su impronta en materia de contenidos de gusto universal.

Pero no todo el cine *mainstream* norteamericano está formado por la producción de tanques, la mayoría de las películas no lo son, y muchas veces se promociona el llamado cine independiente o indie, bajo la categoría que se agrupan las llamadas “películas de autor”, que supuestamente tienen mayor nivel artístico que los tanques, tienen menores presupuestos y priorizan las calidades por encima de las recaudaciones, aspirando a audiencias más reducidas, que se encuentran en general fuera de Estados Unidos.

Pero el cine independiente norteamericano no lo es tanto, ya que todos los estudios que producen este tipo de películas están vinculados con los estudios *majors*, como el caso de Focus Features, que pertenece a Universal, Fox Searchlight que pertenece a Fox, Sony Classics que pertenece a Sony, Paramount Vantage que pertenece a Paramount, New Line Cinema que pertenece a Warner, Miramax, DreamWorks y Pixar que pertenecen a Disney.

El objetivo de que las *majors* “escondan” su responsabilidad en las películas independientes tiene varias caras, por un lado conservar la imagen *mainstream* de los grandes estudios, por otra darle un espíritu independiente a cierto tipo de películas en las que los actores gustan de participar; sin perder de vista que muchas veces se cuida la imagen internacional de la película que puesta en el exterior con el sello de un estudio independiente es mejor considerada.

Hay una clara distribución de trabajo entre los estudios *majors* y los independientes, los primeros ponen el dinero y los segundos llevan a cabo los proyectos y ponen el toque artístico, se trata de separar dos factores que a los ojos de cierto público son irreconciliables: dinero y arte.

El modelo Disney

Disney ha desarrollado y perfeccionado desde hace décadas un modelo de negocios sumamente eficaz y que ha sido copiado parcial o totalmente por otras empresas.

Su idea es explotar al máximo la idea del *mainstream* creando desde obras de arte a espectáculos de fuegos artificiales, pasando por películas, programas de TV, música, teatro, radio, espectáculos para cruceros, juguetes, integrando elencos que salen de gira por el mundo pero adaptan esos espectáculos a las particulares audiencias de cada país y comercializando la marca Disney como franquicia. Todo esto se resume con la palabra sinergia, que significa que todos los productos suman impulsando a los demás.

Se produce una película cuyos derechos pertenecen a Disney y a partir de allí comienzan a desgajarse infinidad de productos derivados, esa película tiene música que se vende, luego se editan los DVDs, al tiempo se realiza una serie televisiva, luego se transforma en un musical para el teatro, un espectáculo para los parques temáticos, además de juguetes, prendas de vestir y otros tipos de subproducto.

Por otra parte Disney es un enorme conglomerado económico que reúne no solo los estudios Disney, sino también la cadena televisiva norteamericana ABC, una gran cantidad de parques temáticos, los estudios Touchstone, Miramax y Pixar, la editorial de comics Marvel, numerosas cadenas de cable como ESPN, teatros en Nueva York, centenares de Disney Store alrededor del mundo, entre otros componentes.

Una particularidad de Disney es que también produce películas para adultos, con otra temática diferente a la de su habitual perfil dedicado a los niños, y a los niños que los adultos llevan dentro; pero para “proteger” su marca de las temáticas más comprometidas de algunas de sus producciones los hace a través de dos estudios de su propiedad que son Touchstone y Miramax.

Disney logró revertir la relación de las comedias musicales para teatro y el cine, ya que lo habitual era que primero se produjese una comedia musical en New York y dado su éxito fuera llevada al cine, pero a partir del Rey León se invirtió el proceso y de allí en más el teatro comenzó a tomar los contenidos del cine para convertirlos en comedias musicales.

Por todo esto es que Disney se ha convertido en el emblema de la cultura *mainstream* globalizada con ganancias anuales superiores a los 4.500 millones de dólares.

El Pop, la música *mainstream*

De la misma manera que sucede con el cine la música también forma parte de la cultura *mainstream*, ya que se consume masivamente de manera global, y también su producción se encuentra concentrada en pocas empresas.

Cuando de música se habla los géneros son múltiples, pero existe uno que es el paradigma de la música *mainstream*, que es el Pop, hacia este estilo convergen casi todos los géneros, desde el rock hasta el jazz, desde la música latina al folklore, todos quieren ser Pop.

Es muy difícil establecer cuándo nace la música pop y quién fue su creador, lo que sí está claro es que fueron las industrias de la música las responsables del armado de este género sin género de carácter universal que es el pop. Hay quienes ubican el origen en el avance de la música negra norteamericana gracias el sello Motown en la década de 1950 con artistas como Ray Charles o Aretha Franklin, otros lo referencian con la aparición de artistas como Elvis Presley, The Beatles o Tina Turner a partir de 1960, algunos la ubican en 1980 con el lanzamiento del canal MTV; pero sea como haya sido el pop es un estilo indefinible, universal y de consumo global, lo que en el siglo XX eran caminos diversos, el de la música realizada con pretensiones artísticas y el de la música destinada a producir ganancias hoy confluye en el mismo punto: ser *mainstream*.

El mejor ejemplo de este cambio lo evidenciará la década del 90 la transformación del grupo Nirvana que surge como una banda alternativa y que a partir de la venta de su primer disco

Nevermind, del cual se esperaban vender 200 mil copias y se vendieron más de 10 millones, es insertado masivamente en el canal global MTV y se convierte a Kurt Cobain en una estrella mundial. Nirvana pasó a ser *mainstream* sin perder autenticidad cool.

En Argentina el rock nacional a partir de los 60 instaló la idea aceptada de que había dos vertientes populares: la música comercial y la llamada música progresiva no vinculada al mercado; hoy esas dos vertientes se han fusionado en una sola privilegiando la imagen, la actitud y el estilo dentro del mercado; siendo Charly García quien mejor define este cambio en un verso de la canción “Dos, Cero, Uno (Transas)” del disco Clics Modernos (1983): “*El se cansó de hacer canciones de protesta y se vendió a Fiorucci*”, se refería a sí mismo y a una popular marca de pantalones jeans de la época.

Decíamos que como en el cine el modelo de producción de la música es el mismo, pocos grandes sellos *majors* con una enorme cantidad de sellos menores vinculados que suelen especializarse en ciertos géneros. Los cuatro grandes de la música son Universal (Francia), Sony (Japón), EMI (Gran Bretaña) y Warner (Estados Unidos), aunque en este panorama debiera agregarse un recién llegado que se ocupa de gran parte de la distribución de música a nivel global: Apple con su sistema iTunes, ya que con la crisis de la tradicional industria discográfica con la evolución de los intercambios por internet las empresas de la música se enfocan en la negociación de diferentes formatos digitales para alimentar dispositivos como los celulares.

El mercado global del pop se digita desde muy pocas ciudades norteamericanas: Los Ángeles la vertiente rock, Nueva York también el rock y el jazz, Miami los géneros latinos y Nashville la música cristiana.

Las empresas han desarrollado diversas estrategias para imponer la música *mainstream* en el mercado, y una de sus mejores tácticas es el llamado *Playlist* que consiste en generar una lista limitada de temas, alrededor de cincuenta, que se repiten incesantemente en las radios, especialmente contratadas para ello, y muchas veces emisoras que forman parte del grupo económico de la discográfica.

La estrategia final fue la vinculación de la música y las imágenes con la aparición del canal MTV en 1981. A partir de allí se convierte en el vehículo de difusión global de la música, y esencialmente impone estilos como el soft rock y la música pop. MTV fue una apuesta y una revolución en el mercado ya que obligó a la industria a ocuparse de la producción de videos y transformar la música en imágenes. MTV convirtió en estrellas mundiales a figuras como Duran Duran, Madonna y fundamentalmente Michael Jackson, que fue la figura que hizo a la cadena televisiva abandonar el rock por el pop.

Fue tal el avance arrollador de MTV que incluso permitió popularizar un género de muy difícil aceptación pública, como el rap, que cargaba con una serie de condiciones complejas: letras conteniendo palabras soeces, temáticas relacionadas con cuestiones sociales o sexuales y autores negros de clase baja muchas veces vinculados con el delito. Pero el rap también se convirtió en *mainstream* merced a MTV, por eso puede decirse que esta cadena fue el eslabón que terminó uniendo el mercado y la música.

El problema de MTV fue el mismo que destruyó a la industria discográfica tradicional: la llegada de la digitalización y la internet. La aparición de la red de redes a nivel hogareño global y la web Youtube terminó rápidamente con el dominio de MTV en el panorama del video musical y obligó a la cadena televisiva a mutar hacia otros contenidos, también vinculados con las jóvenes audiencias de entre 15 y 34 años pero esta vez por medio de los talk-shows y realitys abandonando el clip musical, mientras se involucra de lleno en nuevas opciones a través de internet para enfrentar la llamada Generación On-Demand.

El fin de la crítica

El mercado *mainstream* ha perdido su posición secundaria y desconsiderada y comenzó a crecer en base a la idea de que es la producción cultural que elije el gran público, y en el marco de nuestra actual cultura posmoderna donde las jerarquías han desaparecido y los valores se vuelven relativos, la mezcla de géneros y la igualación de categorías es un hecho, y el factor comercial, las ventas o el rating, comienzan a considerarse elementos válidos para establecer la importancia de un producto.

Hubo una figura paradigmática en los medios de comunicación de todos los países en el siglo XX que fue el crítico, quien se encargaba de establecer durante mucho tiempo cuáles eran las expresiones culturales que merecían la caracterización de “artísticas” y cuáles no. Esta tarea que inicialmente se hacía a través de los diarios ha sufrido enormes cambios en los últimos años toda vez que la cultura comercial comenzó a desbordar todos los géneros, los estilos y las disciplinas artísticas, transformándolas.

Los nuevos críticos comienzan a abandonar las diferencias entre arte y entretenimiento, ya que se consideran divisiones discriminatorias, elitistas, de corte europeizante y antidemocrático. El nuevo horizonte reunirá al arte, los medios y el entretenimiento como objeto de análisis de la crítica, lo importante dejó de ser lo culturalmente trascendente y pasó a ser lo cool, el crítico se va transformando en una especie de meteorólogo que indica por dónde circulan las corrientes de moda del arte y el entretenimiento. La prueba de esta mutación está en que los diarios hoy incluyen en la misma sección la televisión, el cine, la música y la literatura, reunidos en base a la idea de “Arte y Entretenimiento”.

Incluso se ha visto modificada la crítica de libros, que dentro de los productos culturales siempre mantuvo una jerarquía superior al cine, la música o la televisión. Hoy los libros también han perdido su diferenciación en géneros a la hora de la difusión y se reúnen en base a dos grandes categorías: la ficción y la no-ficción.

La industria editorial también se ha lanzado de lleno a la cultura *mainstream*, en base al mismo esquema que el cine y la música, pocas grandes editoriales globales y múltiples editoriales pequeñas vinculadas dedicadas a nichos literarios temáticos. Por ejemplo Grupo Planeta, la principal editorial de habla hispana, cuanta con decenas de marcas editoriales dedicadas a géneros específicos como Proa, Estrella Polar, Educaula, Art 62, Editis, etc.

La distribución de los libros en los comercios donde se venden está vinculada a las necesidades de la industria, ya que las grandes cadenas de librerías en todo el mundo, así como los hipermercados, exponen los títulos que las editoriales les remiten mediante acuerdos comerciales

para que se exhiban en las puntas de góndolas o en las mesas de entrada del comercio. En definitiva, los libros que se ponen en conocimiento del gran público son los que las grandes editoriales multinacionales han decidido que sean best-sellers, y que finalmente lo serán, sin que para ello intervenga el gusto de los librereros. El mismo modelo comercial que las editoriales utilizan en las librerías y los hipermercados lo adopta Amazon en su gigantesca web global de venta de libros, ya que aparecerán promocionados a primera vista los mismos libros que las editoriales pretenden que sean éxito de ventas.

Como se puede observar la función del crítico se encuentra hoy superada por las decisiones comerciales de las grandes empresas de contenidos culturales que establecen qué cosa merece ser consumida por el gran público.

La Guerra Cultural Mundial. La disputa por el *Mainstream*

El desarrollo de la cultura *mainstream* es el desarrollo de los contenidos culturales distribuidos a nivel mundial y en ese marco surge una batalla global por la producción por un lado y por las audiencias por el otro. Mientras algunos países comienzan a preocuparse por limitar la avalancha de productos *mainstream* de la cultura norteamericana con producciones locales, otros redoblan la apuesta y se proponen generar una industria propia de exportación de contenidos para competir en el mercado global, y los países más poderosos de la industria, como el caso de Estados Unidos, se lanza en la búsqueda de captar audiencias todavía vírgenes, como las de India y China, donde un tercio de la población del planeta espera para consumir sus películas.

El panorama a nivel global puede resumirse según la región:

En **Latinoamérica** el consumo de contenidos culturales está dominado por Estados Unidos, con la aparición de fuertes actores regionales como México y Brasil, aunque podría decirse que el entretenimiento *mainstream* latino tiene su epicentro en Miami.

La cadena televisiva O Globo de Brasil es la sexta empresa televisiva del mundo y produce en sus propios estudios enorme cantidad de contenidos, esencialmente sus telenovelas que se emiten durante todo el día con hasta seis programas en el aire consecutivamente, siendo el primer país que colocó en horario central de las 21.00 la emisión de la telenovela de mayor éxito, ya que tradicionalmente era un producto que ocupaba las horas de la tarde reservado para las amas de casa.

La característica particular de la telenovela brasileña es que es menos melodramática que la mexicana, con más realismo, el marco social de las grandes ciudades como telón de fondo, y menos sobreactuaciones de parte de los actores. La telenovela mexicana es más melodramática y por lo tanto más conservadora a la hora de mostrar sus personajes, la protagonista siempre debe ser pura, buena, blanca y perfecta, sufre pero es una santa. En Venezuela son más entretenidas y mucho más liberales en materia de sexualidad, en Colombia suelen estar vinculadas a hechos reales y en Argentina los personajes suelen ser más complejos, ni totalmente buenos ni absolutamente malos atreviéndose a abordar temáticas más comprometidas.

El mercado para las telenovelas brasileñas es muy amplio, tanto que exporta telenovelas a 104 países, siendo los más importantes los países latinoamericanos, Portugal y naciones de Oriente

Medio y el Magreb, a tal punto que han desarrollado temáticas árabes para apuntar a ese mercado. Brasil ha hecho de las telenovelas su primer producto cultural de exportación y se encuentra en estos momentos intentando ingresar también al mercado latino de Estados Unidos, cosa altamente difícil ya que se encuentra dominado por las cadenas mexicanas.

Para las telenovelas argentinas además de países de la región también hay un importante mercado en países de Europa Central y Oriental, como Rumania, Rusia, Polonia, Serbia y República Checa, ya que suelen identificarse más fácil con los personajes a partir de su aspecto europeo más que latino.

Actualmente el mercado de las telenovelas latinoamericanas está en auge y existe una altísima competencia entre las producciones de Argentina, Venezuela, Colombia, Brasil y México para participar en un mercado altamente rentable como es el de la población latina de Estados Unidos compuesta por más de 50 millones de personas, lo que la constituye en la comunidad latina más numerosa del continente solo superada por la población de México y Brasil. Hasta el momento el liderazgo de Televisa mexicana es muy claro, pero otras cadenas argentinas y brasileñas intentan penetrar en el mercado, incluso con alianzas con empresas *majors* de Estados Unidos, como son Sony, Warner o Disney que empiezan a invertir en producciones realizadas en Latinoamérica, fuera de Estados Unidos, para ganar consumidores latinos dentro de Estados Unidos.

Hay que tener en cuenta que el mercado televisivo es diferente al del cine ya que no es especialmente proclive a la exportación de productos terminados, llámense series, dramas o telenovelas, puesto que se trata de realidades mucho más locales, salvo la excepción de los de origen norteamericano. Por esa razón no son exactamente los contenidos sino los formatos los que terminan siendo productos exportables, y en materia televisiva la compra y venta de formatos está muy en auge: talk-shows, entretenimientos, realitys, concursos, series e inclusive formatos de telenovelas.

Así como la producción televisiva en América Latina está muy diversificada en cada país de la región, no sucede lo mismo con la música, ya que en este caso la producción de música para el mercado *mainstream* se encuentra claramente concentrada en un punto, y no se trata de una ciudad de ningún país latinoamericano, sino de Miami, la capital del Pop Latino. Las cuatro *majors* de la música tienen una sede en Miami para la producción de artistas latinos que confluyen desde todos los países del subcontinente e incluso desde España.

Originalmente la música particular de Miami fue la música cubana, por efecto de la gran migración de población de Cuba que se concentró en la ciudad luego de la Revolución de 1959, pero se trata de una música de cubanos de Miami, diferente a la folclórica música de la isla mucho más difícil de encuadrarse en un producto *mainstream*; aunque en las últimas décadas no ha sido Cuba la fuente de inspiración de la música *mainstream* latina, sino Puerto Rico, la cuna del reggaetón.

El reggaetón es una música urbana emparentada con el rap y el hip-hop, que se comienza a hacer popular en Nueva York a partir de los inmigrantes boricuas y expandiéndose de la mano de los millones de los latinos que viven en Estados Unidos logrando uniformizar los diversos estilos musicales que se consumían según la procedencia de los latinos. El éxito de este género se explica a partir de quienes lo consumen que son la segunda y tercera generación de los

inmigrantes, es decir, latinos nacidos en Estados Unidos. El reggaetón es la música que, como dice Daddy Yankee, permite a la segunda generación sentirse latina. Cuando las empresas majors descubren el fenómeno de esta música urbana inmediatamente la capturan para llevarla al mercado y convertirlas en un éxito de la cultura *mainstream*, que llega incluso a ser consumida por no latinos en Estados Unidos.

Miami es la ciudad elegida por la industria para ser epicentro del mercado musical latino, lo que no quiere decir que no exista industria musical local en cada país, pero está reservada a géneros muy propios como el tango, el rock nacional y el folklore en Argentina, el samba y la bossa nova en Brasil o las rancheras en México; cuando se habla de pop latino, la Meca es Miami, y hacia allí peregrinan los grandes ídolos como Shakira, Juanes, Alejandro Sanz, Diego Torres y Ricky Martin ya que esta ciudad representa el trampolín de difusión no solo para el interior de Estados Unidos y para el continente latinoamericano, sino también para Europa y el resto del mundo.

Latinoamericana tiene gran cantidad de ricas y profundas expresiones culturales, tiene cine, televisión y música, pero no ha logrado establecer un sistema de mercado para esas producciones, y en general se presenta un permanente espacio de competencia entre cada país. Las telenovelas argentinas intentan penetrar en Colombia y Venezuela, las brasileñas en Argentina, las mexicanas en Brasil, las venezolanas en Argentina y en México, etc. etc., cosa similar ocurre con la cinematografía; y en esa disputa el mercado queda abierto para la incursión del más poderoso, Estados Unidos, que es el único con la capacidad y penetración suficientes para ocupar este mercado de más de 450 millones de consumidores.

La diversidad estandarizada del *mainstream* norteamericano es lo que cubre hoy el mercado latinoamericano de productos culturales, mediante cantantes superestrellas de un pop latino híbrido, tanques cinematográficos, formatos televisivos y best sellers de escritores latinos difundidos por editoriales globales.

La excepción nace en 2005 con una experiencia novedosa en Latinoamérica que es la creación de la cadena televisiva Telesur, con sede en Venezuela y financiada por los estados de Venezuela, Argentina, Cuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Bolivia, y difusión gratuita por los cables de la región. Su mayor visibilidad se produce a partir de 2009 cuando se realiza la cobertura del Golpe de Estado en Honduras, ya que mientras la CNN lo muestra como un recambio institucional normal, es Telesur la que mostrará al mundo la realidad de la ruptura institucional hondureña.

Telesur nace con la intención de mostrar la visión latinoamericana de la realidad contrapuesta a la tradicional mirada norteamericana que se consume a partir de las grandes cadenas nacionales y la global CNN, generó nuevas señales en idioma inglés y portugués, así como también estableció acuerdos con otras cadenas informativas como la británica BBC, y los canales de noticias de China, de Rusia y especialmente con la cadena estrella de Medio Oriente, Al Jazira.

En **Oriente Medio** el problema de la cultura *mainstream* es muy complejo ya que se mezclan muchas realidades dominadas por una cultura muy diferente a la occidental dominada por la base religiosa del islam y la cultura de raigambre árabe.

Así en los países del Golfo Pérsico se genera una fuerte industria cultural destinada al resto de los países de la región intentando sostener los valores propios del islam, particularmente en materia

de relaciones familiares, sexualidad, mujeres e ideología política. En Oriente Medio el formato de producción de la industria se origina en el Golfo Pérsico, que pone el dinero, pero se realizan en Egipto, en Líbano o en Siria.

El proceso es tratar de reunificar la cultura panárabe mediante la difusión de estos contenidos culturales, luego ampliarla al área islámica que se extiende más allá del sector árabe ya sea en África, como en Asia y Oceanía, la tercera etapa es que este flujo de contenidos televisivos, cinematográficos y musicales se difundan por el resto del mundo, esto último por ahora solo está limitado a los emigrantes musulmanes que se encuentran por diversos países del planeta.

En el mundo árabe se desarrolló a fines del siglo XX un particular experimento mediático consistente en lanzar una cadena televisiva global que compitiera con la CNN norteamericana, se trata de Al Jazira cuyo origen fue 1996 de manos del Emir de Qatar, siendo este un país árabe que tiene una posición independiente en la región manteniendo vínculos tanto con Estados Unidos como con Irán, con Israel como con Palestina.

Al Jazira se puede captar en cualquier país de Asia y Medio Oriente con una simple antena parabólica, pero paradójicamente está prohibida en Túnez, Marruecos, Argelia e Irak por sus posiciones políticas enfrentadas con los gobiernos de estos países. Su posición independiente ha hecho que sea fuertemente criticada por Estados Unidos y amenazada por los talibanes afganos, y su objetivo es plantear una visión árabe-islámica de la realidad del mundo y especialmente de una región tan convulsionada como el Oriente Medio y Cercano, la visión alternativa a la estadounidense de la CNN, una verdadera batalla por el sentido, máxime luego del atentado en Nueva York en setiembre de 2001 cuando se produce el mayor quiebre entre la región y el mundo occidental.

En 2006 Al Jazira lanza la versión en inglés para su difusión en Europa y Estados Unidos intentando convertir a esta cadena en un medio global de contenidos *mainstream*, no solo en lo meramente periodístico sino incluyendo canales deportivos de alta audiencia que retransmiten eventos internacionales así como el fútbol de las principales ligas árabes.

Un caso particular en **Asia** es el de Turquía, ya que es un país bisagra entre ese continente y Europa, y pretende ocupar ese espacio de puerta del mundo musulmán con una síntesis de la cultura europea e islámica, con una versión de la cultura musulmana mucho más moderada que sin dejar de serlo tiene un claro estilo americanizado. Con una fuerte producción *mainstream* local ha empezado a exportarla, comenzando por los países de Europa del Este, del Cáucaso y de Oriente Medio.

En el resto de **Asia** la cuestión de la cultura *mainstream* está dominado por la presencia de dos enormes mercados potenciales de consumo de contenidos culturales: los 1.300 millones de chinos y los 1.200 millones de indios. Este fabuloso mercado potencial, uno de cada tres habitantes del planeta, es apetecido por todos los conglomerados culturales, especialmente de los Estados Unidos.

El problema es que en su intención de incursionar en China las empresas culturales norteamericanas, sean de cine, televisión o música, se han visto enfrentadas a un enorme aparato de censura interpuesto por el rígido gobierno chino y muchas limitaciones en materia de

inversiones y de cuota de pantalla, al punto que en China solo se permite el estreno de 10 tanques norteamericanos por año.

Los *majors* de Estados Unidos han intentado congraciarse con el mercado chino realizando películas relacionadas con su cultura, como Kung-Fu Panda, Tigre y Dragón o La casa de las dagas voladoras, pero aún estas películas tuvieron dificultades de distribución en China.

De todas maneras la población china no está impedida de acceder a los productos culturales norteamericanos ya que China es el centro mundial de pirateo de CDs y DVDs que se venden de manera ilegal por todo el país, al mismo tiempo que la población adquiere antenas parabólicas y decodificadores en el mercado negro y accede de ese modo a las emisiones televisivas abiertas de los países vecinos del sudeste asiático.

El premio consuelo del mercado chino para las empresas multinacionales de contenidos ha sido Hong Kong, ya que se trata de un especial territorio, muy occidentalizado y recién recuperado por el estado chino en el año 2000 luego de que Gran Bretaña le devolviera su soberanía, de tal modo que Hong Kong mantiene un status especial dentro de China en el que se le respetan muchas prácticas comerciales prohibidas en la zona continental del país. Hong Kong es el centro del entretenimiento en Asia, es la plataforma de lanzamiento de los productos culturales hacia el resto del sudeste asiático.

Los intentos de penetración en el mercado chino de los gigantes mediáticos Sony y Fox fracasaron estruendosamente luego de una década de intentos infructuosos. Las empresas mediáticas globales desistieron por ahora de involucrarse en China y comenzaron a fijar su vista en el otro gigante asiático, la India; y empezar a considerar que si bien Kung-Fu Panda no tuvo éxito como estrategia de penetración en China, quizás si lo tuviera ¿Tu quieres ser millonario? para ingresar en la India.

En la India las empresas culturales globales hallaron otro escenario, mucho más abierto a las inversiones, con más posibilidades de obtener ganancias y casi ninguna censura, pero hallaron también un problema diferente: la existencia de una formidable industria de contenidos locales manejada por empresas indias, sobre todo en materia cinematográfica, el conocido *Bollywood*.

Bollywood es la industria cinematográfica de la India, muy especializada en un formato de películas llamadas "*songs and dances*" y que es muy singular y difícil de ser superado en el mercado local por el estilo cinematográfico norteamericano, y que además produce un número de filmes incluso superior al que genera el propio Hollywood dominando el 90% de la cuota de pantalla. Ni siquiera tanques como Spiderman han logrado en la India el éxito que tuvo en el resto del mundo.

En la India la tarea para el poderoso complejo cultural norteamericano es muy grande si quiere conquistar ese mercado, las estrategias deben incluir la producción de películas dirigidas al mercado indio, con sus particularidades, como el idioma hindi, la presencia de sus *dance & songs*, con sus melodramas, con una larga extensión de más de 3 horas con intermedios para charlar, que el bien triunfe siempre sobre el mal, que se privilegie la realidad sobre la fantasía, ya que quienes apostaron por productos estrictamente norteamericanos han fracasado, hay que "localizarse o morir".

La gran empresa de medios de la India es Reliance que produce cine y música, tiene multicines, posee canales de TV abierta y por cable, radios, provee telefonía celular e internet, llega a toda la geografía del país, y aspira también a convertirse en un jugador de alcance mundial. Por ejemplo, ya tiene 240 cines en Estados Unidos, es accionaria de DreamWorks y participa activamente en diversas producciones de películas intentando vender cultura *mainstream* en el corazón de la cultura *mainstream*, y para ello cuentan con una ventaja esencial: es el país anglófono más grande del mundo con la audiencia más grande del planeta y con millones de emigrantes indios viviendo en Europa y Estados Unidos, y que sus productos son mucho más baratos que los de Hollywood.

Otro gran país asiático es Japón, que en principio parece una gran potencia global en materia de contenidos, pero a poco de observar con mayor detalle se descubre que no lo es tanto. Podemos identificar ciertos productos de exportación global, como los animé, el mangá y el J-Pop; pero en lo que hace a los contenidos informáticos no es tan poderoso como parece porque maneja los soportes y la distribución, telefonía y consolas de juego por ejemplo, pero no los contenidos. Japón ha vendido muy bien los productos que carecen de identificación con el país pero no lo hace tan bien con los fuertemente identificados con su cultura, como es el caso del arte y el entretenimiento. La única excepción ha sido el manga y el animé, y en algún momento la producción de videojuegos, que luego fue absorbida por Europa, más allá de eso todos sus contenidos culturales eran consumidos localmente.

La música contemporánea japonesa se llama J-Pop, y como extensión también la música coreana se llama K-Pop. El J-Pop tiene dos mercados, uno el mercado asiático al que se difunde como música, y otro el Europeo al que llega como producto derivado de los animés, los videojuegos y las series de televisión. El J-Pop ha transformado la tradicional cultura japonesa y se convirtió en el contenido de exportación a toda la región asiática.

Fue a partir de 1990 cuando las industrias creativas de Japón decidieron modificar la estrategia y “volver al Asia”, y con el apoyo del Estado japonés comenzaron a dinamizar su industria cinematográfica, del videojuego y de la música. No fue casual que en la década del 90 Sony y Matsuita se lanzaron a comprar industrias creativas en Estados Unidos como los estudios Columbia y Universal.

Los fenómenos del J-Pop y el K-Pop son extraordinarios en materia de consumo *mainstream*, donde alcanzan a centenares de millones de personas; ya que está destinada a toda la región asiática utilizando la estrategia de que los cantantes, casi todos muy jóvenes y hasta adolescentes, cantan en el idioma del lugar de difusión, incluso en mandarín para penetrar en China, y se han convertido en contenido para los millones de celulares en poder de ciudadanos asiáticos. A tal punto han logrado convertir a estos dos estilos en cultura *mainstream* que el 80% de la música que se consume en Japón es propia, el K-Pop representa el 80% de la música que se vende en Corea del Sur y el pop en ambas versiones asiáticas representa el 70% de la música que se consume en Hong Kong, dejando muy por detrás los poderosísimos *mainstream* de la música anglosajona.

En Asia los norteamericanos no han podido lograr el éxito de penetración de su cultura *mainstream* como lo han logrado en el resto del mundo, y las series televisivas también han sufrido el mismo problema. En Asia las particularidades culturales son muy fuertes, en países como donde el estilo de vida familiar es claramente diferente al del resto del mundo occidental con un respeto supremo

hacia las personas mayores, la familia es un pilar fundamental, el matrimonio se considera una responsabilidad, con lo cual el código ético tan rígido que se sostiene en estos países choca de lleno con el espíritu y contenido de gran parte de los programas televisivos de Europa o Estados Unidos.

El país que ha logrado capturar con más éxito el gusto de los consumidores asiáticos es Corea del Sur, a través de sus series televisivas que respetan estos códigos sin por ello eludir situaciones de la realidad como la homosexualidad y el adulterio, y respetando siempre la atracción que sienten en oriente por la belleza física, sobretodo de los varones, teniendo en cuenta que la gran audiencia es femenina. Los varones coreanos son considerados los más atractivos dentro del panorama étnico oriental.

Ya hemos dicho que en materia de televisión la exportación de programas no es lo más habitual sino la de formatos, y los coreanos se especializan en vender a la región los formatos de sus series; y han desatado en toda Asia una guerra comercial de formatos televisivos entre Japón, Corea del Sur, Taiwan y China, siendo los coreanos quien llevan la delantera. Además han desarrollado la estrategia de situarse en los llamados segundos mercados asiáticos, a los que los norteamericanos y japoneses desprecian comercialmente, como Tailandia, Filipinas, Indonesia, Malasia y Vietnam. A través de sus series y el K-Pop Corea del Sur ejecuta una acción clara de *Soft Power* en toda Asia inculcando sus ideales y su cultura a la región.

En lo que respecta a **Europa** ha sido durante el siglo XX un líder en materia de producción cultural, pero ya en el siglo XXI no ha hecho más que retroceder en el mercado global del entretenimiento, por cuatro razones:

1. Los europeos ya no están solos y no es solamente Estados Unidos su gran rival en materia de producción de contenidos culturales, sino múltiples países de diversas regiones.
2. El envejecimiento de su población le quita al principal consumidor del entretenimiento global, que es la juventud.
3. La tradicional tendencia de los europeos por jerarquizar las expresiones de la alta cultura en detrimento del entretenimiento de grandes audiencias que es el *mainstream*, al que consideran de segundo orden.
4. No existe una unidad cultural europea, sino muchos fragmentos nacionales cuyo gusto es diferente. Podría decirse que los países europeos tienen dos culturas, la propia y la norteamericana.

De todas maneras ninguna parte del mundo se encuentra exenta de la marea del *mainstream* norteamericano ya que las novedades tecnológicas en materia de redes y conexión, bajadas de internet y copias de CDs y DVDs logran superar cualquier limitación que se pretenda, y hacen que las películas, las series, las canciones lleguen a todas partes del mundo. Por eso la mejor forma que tienen los países de protegerse de la avalancha global de contenidos con sello norteamericano es generar sus propias industrias locales y potenciarlas.

De eso se trata Europa, de una multiplicidad de industrias locales sin una identidad europea común, y que de ese modo queda expuesta a la penetración del *mainstream* norteamericano; una especie de reproducción del modelo latinoamericano de no poder lograr establecer una industria regional fuerte con identidad común.

La excepción más llamativa es la penetración global que tiene la industria del videojuego francés en la figura de las empresas Ubisoft y Vivendi, esta última recientemente vendida al gigante norteamericano Activision Blizzard, empresas que crean los juegos en Estados Unidos y los fabrican en China. Así como hace la japonesa Sony con las películas y la alemana Bertelsmann con los libros, los franceses producen videojuegos sin que se trate de videojuegos con identidad francesa.

Nos queda una región del mundo por abordar, y es el **África Subsahariana**, cuyos verdaderos mercados de productos culturales están en la calle con la venta de todo tipo de Cds, DVDs o libros fruto de la piratería. Es Europa el canal fundamental de la cultura africana en base a su tradición colonial, siendo las capitales del intercambio Londres y París a la manera de como Miami opera con Latinoamérica. Cuando un artista africano sobresale, debe pasar por Londres o París para alcanzar el resto del continente, en el caso de los anglófonos por la capital británica y los francófonos por la francesa.

Quizás los únicos experimentos locales con posibilidades son los que se desarrollan en Sudáfrica y Nigeria, ambos con una fuerte industria cinematográfica con penetración en los países de la región. De todos modos hay una fuerte presencia sur-sur en África con intentos de penetración de industrias creativas como la de Brasil y China, que compiten con Estados Unidos por ese mercado, lo cual no es un buen augurio hacia el futuro para los europeos que todavía dominan los flujos culturales africanos.

Finalmente cabe hacer un comentario sobre el impacto que las nuevas tecnologías y la conexión en red global generan en el mercado global de consumo de contenidos.

La novedad actual es que los contenidos tienen una enorme facilidad para llegar a cualquier persona en cualquier lugar del planeta. Lo digital ha cambiado el negocio cultural como lo demuestra lo sucedido con la industria discográfica por efecto de la copia de CDs y el intercambio de archivos vía internet, igual que lo que está sucediendo con el cine y las redes, y la mezcla que hoy se produce entre la televisión por aire, la televisión por cable y ahora la televisión por streaming, así como la aparición de los libros electrónicos para la industria editorial.

Las redes y la distribución se comienza a apropiarse de los contenidos, como lo explican Netflix o Amazon, o los formatos On-Demand. ¿Cuál será el futuro? ¿Qué pasará con los derechos de propiedad intelectual? ¿Qué destino le espera a los medios que intermedian entre contenidos y audiencias? ¿Se debilitará la cultura *mainstream* a partir de la fragmentación temática que generaría la transmisión de contenidos por internet, o los productos *mainstream* encuentran en la red un canal aún más poderoso?

En definitiva pareciera que Internet y *Mainstream* forman parte de un mismo movimiento de difusión irrefrenable de contenidos a nivel global que le hablan a todo el mundo, al parecer la cultura *mainstream* ha encontrado en internet no un enemigo sino su mayor canal de difusión, su

Claudio Alvarez Terán

objetivo por estos tiempos es encontrarle a Internet el modelo de negocios que permita extender sus beneficios, y en eso está.

SMART ³²

La(s) internet(s)

Es casi una idea establecida en el pensamiento común que en todas partes las prácticas digitales son iguales, las páginas también y que los usos se unifican, que todo está conectado y el mundo es plano.

Pero la hipótesis de Smart es que no toda la Internet es igual. En Gaza, en La Habana o en Sowetto son distintas; una internet de combate y emancipación, una internet de censura y una internet de supervivencia, en cada caso.

La idea es que la internet si bien es un fenómeno global no tiene una marca global sino local, que la internet está territorializada, marcada por el territorio.

Internet Made in China

China está convirtiendo a internet en un verdadero soft power³³, a diferencia de cómo ha encarado el fenómeno del mainstream y sus restricciones para con los contenidos audiovisuales norteamericanos, la internet para China es un tema que merece un distinto tratamiento.

China es el único país del mundo que ha logrado construir un internet nacional de carácter ofensiva. Con 500 millones de usuarios, la misma cifra que suman Estados Unidos y Europa juntos, la internet china es una red potente, porque parte de la base de la desconfianza, y el objetivo de evitar un Tianamen digital³⁴, lo que busca es ganar la batalla digital.

China intenta evitar que internet se convierta en una vidriera de libertades para su población para lo cual desarrolla una política ofensiva no basada exactamente en la censura tradicional, sino que el corazón del proyecto es la territorialización de la red y el afianzamiento del nacionalismo chino.

Lo que ha hecho China es construir una Internet paralela, propia, china. Y para ello se ha valido de la experiencia de la Internet conocida, y de ese modo existe un Facebook propio llamado Renren, un Twitter chino llamado Weibo, un Youtube propio llamado YouKu, un Mercado Libre llamado Alibaba, y un Google chino llamado Baidu.

El negocio del teléfono móvil

Carlos Slim, el mexicano que se convirtió en el hombre más rico del planeta, apostó por la infraestructura de la red, cables y fibra óptica, y también apostó por el servicio.

Aplicó a la comunicación el Caso Gillette, es decir, el negocio no está en vender maquinillas de afeitar sino hojitas, por lo tanto para Slim el negocio de la comunicación no estaba en vender teléfonos, sino líneas, y acertó. Con ese objetivo subvencionó el acceso al dispositivo e inventó el sistema prepagado de telefonía.

Indian Technologies

³² Extraído de Martel, Fredric, Smart. Buenos Aires, Taurus, 2015

³³ Se llama Soft Power a la aplicación de la comunicación, medios tradicionales y nuevas tecnologías, para el control social y eventualmente el dominio cultural sobre otras sociedades.

³⁴ En 1989 se produjo una revuelta estudiantil en la Plaza de Tiananmen, en Beijing, en reclamo de mayores libertades políticas y públicas. El episodio terminó con una sangrienta represión militar sobre miles de jóvenes con el resultado de un número nunca definido de muertos, heridos y encarcelados.

El corazón del modelo de la India es la suma de offshoring con outsourcing, es decir deslocalización y tercerización.³⁵

Por ejemplo, Yahoo deslocaliza en India sus actividades de programación y subcontrata esa tarea en una cantidad de pymes indias. Así de los 7 mil empleados que trabajan para Yahoo en la India, solo 3 mil son empleados de Yahoo.

Este proceso se llama bangalorización de una empresa³⁶, tomar una empresa deslocalizar en la India pagando salarios entre 5 y 10 veces menores en condiciones de tercerización.

El call center ha sido una especialización de cientos de miles de trabajadores indios gracias al uso del inglés, pero últimamente los call centers se han trasladado a Filipinas o Indonesia, que también hablan inglés pero que cuentan con menores costos laborales aún.

A cambio de esto los jóvenes indios han elevado sus aspiraciones, que ya no se contenta con un puesto de operador telefónico.

India es el país que produce más ingenieros de habla inglesa fuera de Estados Unidos, 4.300.000 indios se gradúan cada año en la universidad, 1.300.000 de ellos son ingenieros en diversas ramas informáticas.

Con este marco formativo la India no se propone competir con los chinos por la fabricación de dispositivos, sino que aspiran a quedarse con el software, tanto así que ya existe una colonia de profesionales indios en la propia Silicon Valley de Estados Unidos. Pero como los indios han decidido adaptarse a todo, sobrevivir en el mundo digital, construyen su modelo rompiendo con la dependencia única de Estados Unidos y abriéndose a Europa y Asia, e ir modificando lentamente su lógica de ser destino de la deslocalización y tercerización para asumir los restos de crear sus propios software y sus propios contenidos.

El futuro tecnológico de la India está en el llamado SMAC: Social Media – Mobile – Analytics – Cloud (Red Social – Celular – Análisis – Nube). Quieren dejar de programar para crear, aportar valor, hacer una deslocalización más inteligente.

El problema que enfrentan es la defensa que Estados Unidos hace de sus espacios de I+D+I, ya que las empresas norteamericanas no ceden el control de sus departamentos de innovación.

Gaza

Según los Acuerdos de Oslo todos los cables de teléfono y de fibra óptica que van hacia Gaza, zona palestina independiente pero dentro del territorio de Israel, deben pasar por el puesto fronterizo de Eretz, de manera que Israel puede controlar todo el sistema comunicativo palestino, incluso puede cortarlo o espiarlo a su antojo.

El Regulador

Desde que en 2013 un analista privado al servicio de la agencia de inteligencia norteamericana NSA, Edward Snowden, sacó a la luz las actividades de control que la NSA ejerce sobre prácticamente la totalidad de las comunicaciones del planeta, esta agencia se convirtió en la bestia negra de todos los que quieren una internet neutral y libre, pero mirándolo bien Google puede ser mucho peor que la NSA.

Google manipula los resultados de su buscador, lo mismo hace con Youtube, y Android no hace más que agudizar el problema, a lo que debemos sumar Google Maps.

³⁵ En la economía de hoy se llama deslocalizar una empresa a llevar la fabricación del producto a otro país buscando reducir costos, y tercerización es subcontratar algún tipo de servicio o tarea en lugar de tener empleados propios que lo hagan.

³⁶ Por Bangalore, o Bengaloore en su nombre indio, la ciudad tecnológica de la India.

El secreto de Google está en la utilización de datos privados con fines comerciales, un verdadero espionaje privado, una NSA privada, en la que ni siquiera se puede asegurar privacidad en el uso del Gmail.

El pecado original es el grado de crecimiento de Google, que constituye una posición dominante en el mercado de la red digital y que el gobierno de Estados Unidos dejó que se construyera. Ahora que el “monstruo” está vivo es muy difícil desarmarlo, ya que no existe en Estados Unidos un organismo estatal que pueda hacerlo, ni siquiera el Congreso, donde la bancada republicana no ve mal los monopolios, ni tampoco en la Casa Blanca, ya que Google es uno de los grandes contribuyentes a las campañas políticas de todos los candidatos presidenciales.

En Estados Unidos la capacidad de regular el sistema de comunicaciones es muy leve, existe lo que se puede llamar un “regular impedido”. La prueba es que a comienzos de siglo una acción legal del gobierno norteamericano logró que Microsoft liberase su sistema Windows del monopolio del navegador Explorer, hoy la capacidad de Google es muchísimo mayor que lo que la de Microsoft en 1999.

Los monopolios perjudican a la innovación ya que impiden el surgimiento de pequeñas empresas que son los gérmenes del cambio tecnológico.

De la Cultura al Contenido

La industria musical fue la primera en sentir el ataque de la novedad digital.

El intercambio de archivos pareció herir de muerte a la industria discográfica a comienzos del siglo XXI, aún cuando tuvo éxito en sus reclamos ante los estrados judiciales y compañías como Napster tuvieron que cerrar, la capacidad de intercambiar gratuitamente archivos digitales de música no se detuvo.

Pero con mucho esfuerzo la industria musical se acomodó a lo digital, y hoy existe un sistema de oferta legal de música digital de amplio éxito.

La solución transcurre en tres vías:

- 1) la smart radio digital gratuita, lineal y sin descargas, que tiene publicidad y paga derechos de autor;
- 2) la descarga de archivos por unidad o por álbum (tipo iTunes);
- 3) los servicios de acceso a música ilimitada pagos, con descargas a través de una aplicación (como Spotify o Pandora).

Youtube fue en su momento uno de los factores que amenazó la industria de contenidos audiovisuales, pero hoy su modelo de negocio permite abonar el 50% de sus ingresos por publicidad a la industria de los contenidos, y todo hace suponer que su evolución alcanzará modelos parecidos a lo que son Spotify o Netflix.

El usuario también ha comenzado a cambiar su modo de pensar, ya que desde que Napster generó el convencimiento de que “la música es gratis” ha habido grandes cambios y actualmente una plataforma como Spotify parece la tabla de salvación de la Industria. Muy pronto los ingresos por pagos de abono de servicios streaming de música alcanzarán la cifra que significaba la venta de CDs cuando se produjo la debacle. Spotify ya ha pagado a la Industria Musical la suma de 1.000 millones de dólares en derechos.

Los viejos productos culturales se han ido transformando en servicios, flujos y suscripciones. La música ha dejado de ser un objeto que se posee para pasar a ser un acceso mediante el cual se puede escuchar desde múltiples dispositivos y dónde uno se encuentre.

Lo mismo podemos decir de los libros e incluso de los que fueron las películas. El futuro del mercado de cultura está en el acceso por suscripción y no en la apropiación por compra. Hemos pasado de los productos culturales a los servicios culturales en una mutación esencial, en la cual el contenido se puede adaptar a todos los soportes y a todas las plataformas.

Tal es el grado del cambio que hoy estamos frente a un boom de consumo de servicios culturales.

Si uno observa la web se encuentra con fenómenos paradójicos como el de la música clásica y el jazz. La música clásica solo representaba un 3% de la venta de música grabada a fines de los noventa, frente al 33% que constituía a principios de los sesenta. Hoy la música clásica representa el 10% de la venta de accesos en iTunes lo cual la pone en franca situación de recuperación. Inclusive es tal el avance del streaming que la vieja radio herziana parece estar en vías de extinción.

GAF

Las llamadas empresas GAF (Google – Amazon – Facebook – Apple) ingresan al mercado de manera arrolladora, y cuando abordan algún sector antes inexplorado lo hacen de manera disruptiva.

La relación de las GAF es solamente conceptual, las une su carácter de ser digitales y norteamericanas, inclusive entran en conflicto y competencia entre sí: Apple y Google en los celulares, Amazon y Apple en las tablets, en la música y los libros electrónicos, Amazon y Google en el comercio electrónico y la nube, Facebook y Google en las redes sociales, el video y la fotografía. Pero sus diferencias no evitan que se reúnan cuando es necesario para defender su terreno común, y su terreno común es la cultura desmaterializada.

Las espectaculares infraestructuras de Google, Facebook, Amazon y Apple revelan una de las condiciones más espectaculares de la cultura del futuro que es la desaparición de los productos culturales a manos de los servicios, y en este aspecto el grado de avance de las GAF las puede convertir no ya en las más importantes empresas en este aspecto, sino en las únicas.

Las GAF son capaces de ofrecer globalmente, dado su posicionamiento en el mercado, la cantidad de usuarios y su enorme capacidad de almacenamiento, un servicio de acceso a la cultura por suscripción de manera ilimitada.

En el corazón de este modelo de acceso al servicio cultural está el fenómeno de la recomendación a partir del algoritmo de búsqueda a partir de la información de cada usuario.

Así las páginas de comercio online ofrecen a los clientes productos que no suponían que les interesaran, y los servicios de venta de libros a sus lectores libros que no conocían que existieran, y ya no son los lectores los que lee libros sino los libros los que buscan lectores para ser leídos. Este formato no solo es de las GAF, lo usa Netflix, lo usa Spotify y hasta las páginas que ofrecen cursos académicos.

Una particularidad del mercado online es que es un rubro que si bien tiene carácter global se encuentra altamente localizado, ya que la casi totalidad de los consumos que se realizan se hacen en relación con ofrecimientos locales.

La recomendación

En este mundo digital no solo desaparecerán los productos culturales, también lo harán los críticos, ya que están siendo reemplazados por la recomendación.

La recomendación es lo contrario a la serendipia³⁷, ya que no es que encuentre algo buscando otra cosa, sino que no busco nada y lo encuentro igual.

Existe una fuerte tendencia a la desintermediación, que es el fin de los intermediarios, entre ellos el crítico cultural que tenía como función decirnos qué película o qué libro merecía verse, o que nuevo álbum musical escucharse.

Amazon es capaz de suponer qué literatura te gustaría leer no solo por el almacenamiento de datos de tus búsquedas o tus lecturas anteriores, sino a través del registro que deja el mouse en el lector Kindle de libros electrónicos. Amazon puede identificar si te saltaste algún capítulo en la lectura, si has releído otro o bien si te detuviste en alguna parte en particular del libro.

Del mismo modo los artículos periodísticos son ordenados ahora por la cantidad de lecturas que tienen y no por su calidad según algún crítico especializado.

La única de las GAFAs que no tiene motivación de convertirse en mediadora directa de sus usuarios es Facebook, que para ello realiza acuerdos comerciales con plataformas como Netflix, Spotify, Mercado Libre, Despegar, y otras que ejercerán de mediadores dentro del muro. Es lo que ha comenzado a llamarse F-Commerce en lugar de E-Commerce. Incluso Twitter comercializa los datos de los millones de tuits que publican sus usuarios.

Gran parte de estos cambios se deben al invento de las llamadas cookies, ideadas en 1994, que es un pequeño archivo que se instala en el navegador del usuario y registra información de su navegación, es lo que se llamará el Social Marketing, con una publicidad que, a partir de los datos del usuario se vuelve sincrónica y geolocalizada, porque no hay que perder de vista el avance de navegación de los celulares que van dejando detrás a las PC y las tablets.

El caso del cine

Hollywood tomó nota en los noventa de las razones que llevaron a la debacle de la industria discográfica dispuesto a no repetir sus errores. La TV de pago y el cable siguen siendo el corazón de la industria de la televisión y el cine mientras se sigue potenciando el ingreso por la explotación en salas de cine, pero asoma un gran enemigo: el modelo Netflix.

Actualmente la Industria Cinematográfica de Estados Unidos tiene más ingresos por su explotación fuera que dentro del país, y el gusto del espectador medio en el mundo se va acercando cada vez más a ese híbrido que representa el cine norteamericano, entre lo local y lo global.

El problema es que el gran negocio del cine estadounidense no es la sala sino el consumo en el hogar, lo que se llama el Home Entertainment. Las películas que pasan inicialmente por la sala de cine, luego llegan al DVD, más tarde al cable codificado, luego al cable generalista, y más tarde a los aviones, la hotelería y el consumo sin restricción.

El problema es que la realidad digital rompe este camino contractual que tenían las películas hasta hace poco tiempo, ya que la venta de cine en DVD se ha desplomado, aún cuando la venta online ha tenido su crecimiento, aunque menor.

Allí es donde entra el “problema Netflix”, que por el momento sigue respetando la cadena de sucesos y presenta sus películas con suficiente tiempo de retraso respecto a los estrenos en salas, y para evitar que este modelo destruya el negocio Hollywood se ha decidido a hacerlo suyo, y por eso comienzan a aparecer otras empresas al estilo Netflix.

Game Over

³⁷ Se llama serendipia al fenómeno de encontrar una cosa casualmente cuando lo que se buscaba era otra cosa. Es habitual en las investigaciones científicas por ejemplo.

Disrupción es la palabra de moda que se usa para expresar la alteración que genera en cualquier escenario el fenómeno digital.

Así como el cine, el libro, la música y la televisión debieron replantear su modelo de negocio, el videojuego, que pese a que tiene una naturaleza propiamente digital, no escapa a la disrupción.

En Bengaluru, la India, se desarrollan gran cantidad de los mejores juegos que se consumen en el mundo, han pasado de la deslocalización al desarrollo completo de juegos, y la India no es el único caso, otros países de Asia están en el mismo camino. Incluso hay casos de juegos que Estados Unidos deslocaliza en Singapur y Singapur deslocaliza en la India.

El caso de China es otro muy especial, ya que hasta hace poco tiempo estaba aislada y solo se utilizaban los juegos gratuitos de PC, y culturalmente se desalentaba el uso de videojuegos, en cambio hoy varias empresas chinas producen juegos de video y el gobierno los protegió, mediante la censura, del ingreso de juegos japoneses o de Estados Unidos.

El objetivo chino es lograr superar a Estados Unidos, Japón y Europa en lo que son los juegos para celulares, ya que en el mercado de las consolas eso ya es imposible. China puede desarrollar fácilmente sus juegos desmaterializados para celulares en base a la construcción de su propio internet local con redes como Weibo (equivalente a Twitter), Renren (Facebook) y YouKu (Youtube).

Hay que tener en cuenta que el mercado de los videojuegos a nivel global supera actualmente al del cine en las salas y al de la música.

Japón también está actuando desde el propio Estado impulsando el renacimiento de su industria de videojuegos intentando regresar al liderazgo, apuntando sus contenidos al mercado asiático. Es que Japón no quiere limitarse a ser el líder del mercado de consolas, con Sony y Nintendo, ya que ha perdido el tren en lo que hace a la producción de juegos a manos de Estados Unidos, Canadá y Francia.

Epílogo

El internet es un fenómeno global, que permite un acceso global a contenidos, pero cuya lógica de éxito se asienta en su territorialización, es decir, en responder a las particularidades locales de los usuarios.

Un ejemplo de ello es el avance que tienen los celulares como dispositivos de acceso a internet, siendo los celulares dispositivos de arraigo local.

Internet es un territorio y ese territorio no necesariamente toma la forma nacional, sino que adquiere dimensiones locales, un espacio abstracto regional, comunitario o lingüístico. Internet está geolocalizado y enfocado en cada uno de nosotros, en nuestras preferencias y en nuestras identidades, incluso cuando la internet permite contactos a través del planeta no deja de ser una relación particular entre dos personas con su vínculo único y sobre temáticas propias a esa relación.

La aparición y crecimiento de la Internet de las Cosas (IoT) hará que esta territorialización se vaya agudizando, y a diferencia de la vieja internet basada en la PC de escritorio los smartphones suman a esa territorialización a través del fenómeno de geolocalización del dispositivo que lleva a establecer contenidos íntimamente ligados al lugar.

Deberá entenderse a la Aldea Global de McLuhan no como un mundo único sino como un lugar de conexión planetaria con la persistencia territorial. De lo que se trata no es de negar la existencia de un flujo de contenidos mainstream en internet, estos son una capa de contenidos estandarizados y globalizados, pero no son los únicos consumos.

Somos un haz de identidades: somos hombre o mujer, somos de una determinada religión, pertenecemos a una etnia, tenemos una posición social, hablamos una lengua, ejercemos una profesión, tenemos una determinada idea política, y todas estas identidades compiten entre sí, por lo que reducir a una persona a una única identidad estándar sería simplificarlo.

En internet esas múltiples identidades se despliegan, porque internet es el territorio de la diversidad más diversa.

De todos modos hay un grave problema, los contenidos de internet están territorializados y dispersos, pero las herramientas, conexiones y plataformas están nucleados en Estados Unidos, altamente monopolizadas, sin posibilidades de control, y esto es mucho poder.

Frente a esto quizás exista un antes y después de Snowden. Las revelaciones de Edward Snowden en 2013 sobre el grado de control que el gobierno norteamericano tiene sobre la privacidad de sus ciudadanos, y de los del resto del mundo, seguramente ha impactado en la población y generado una toma de conciencia respecto a su actividad y conducta en la nube.

Comienza a circular la idea de una “soberanía digital”, para ello se piensa en relocalizar datos, pero es muy difícil de llevar a cabo y muy fácil de hacerlo fracasar, ya que los datos pueden duplicarse fácilmente y no existe infraestructura mayor para este objetivo que la de las GAFAs. Por otra parte no es que solo las GAFAs dependen de los datos, cualquier otro formato nacional, sea Orkut en Brasil, Daylimotion en Francia o Baidu en China dependen para su desarrollo de la captación de datos privados.

El mundo no se vuelve plano, al contrario, sino profundo, no se horizontaliza sino que se verticaliza, no arrasa las identidades, las valoriza. Nuestras conversaciones están territorializadas. Le geografía, aún para Internet, importa.

EL LENGUAJE DE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN³⁸

¿Qué son los nuevos medios?

Internet, los sitios web, el multimedia, los videojuegos, el DVD y la realidad virtual, los programas de TV, el cine de animación 3D y composición digital, fotografías e ilustraciones digitales.

Los nuevos medios suelen identificarse con el uso de la computadora más que con la producción, lo cual genera la paradoja de que se consideren nuevos medios textos para un e-book pero no el mismo texto impreso en papel o una fotografía en un blog pero no esa misma fotografía impresa en un libro.

No debe limitarse el concepto de nuevo medio solo al uso en la computadora sino también a su producción EN la computadora, ya que estamos inmersos en una revolución que ofrece producción, distribución y exhibición mediatizada por la computadora.

El cine, como representante de los viejos medios, es un lenguaje al que la mayoría de los usuarios están capacitados de entender pero no de hablarlo, no de hacer cine. En cambio los usuarios de los nuevos medios saben hablar su lenguaje y son capaces de producirlo

Esta revolución no solo afecta a lo impreso o a lo visual, afecta a todo el arco comunicacional, incluyendo la captación, manipulación, distribución y almacenamiento, y los tipos de material de toda índole, fotos, videos, audios, textos.

Los nuevos medios ofrecen la convergencia del camino mediático con el camino informático, que transforman a todos los medios en datos numéricos de acceso a través de la computadora.

Podemos reducir los principios de los nuevos medios a cinco categorías:

- Representación numérica
- Modularidad
- Automatización
- Variabilidad
- Trascodificación cultural

Representación numérica

Todos los nuevos medios se traducen a datos numéricos (proceso llamado digitalización) a la que se accede por medio de la computadora. Todos los viejos medios (movimientos, sonido, texto, formas) se convierten en nuevos medios.

De este modo texto, imágenes, videos y sonidos están compuesto por la misma base numérica lo cual permite una interacción entre ellos y el uso de un mismo dispositivo para acceder a todos.

Modularidad

Es la estructura fractal, un fractal es un fragmento que presento la misma estructura que el todo.

³⁸ Basado en el libro “El lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación. La imagen en la era digital”, de Lev Manovich. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2006.

La idea es que el objeto de los nuevos medios siempre presenta la misma estructura modular, ya sean imágenes, videos, audios o textos pueden unificarse en objetos más grandes sin perder su independencia.

Una película puede constar de imágenes, videos y audios que están separados y se unen al momento de proyectarse como película.

Otro ejemplo es el uso de las incrustaciones en Office, donde podemos insertar en un documento de Word un gráfico de Excel o una imagen externa. Un tercer ejemplo clásico es la configuración de una página web.

La internet es completamente modular, los llamados scripts, que son códigos, como los que presentan youtube y otras webs, que se pueden insertar en otras páginas webs.

Una característica de lo modular es que puede quitarse un módulo sin que pierda sentido general el medio en que estaba insertado.

Automatización

La codificación numérica de los medios y su estructura modular permite automatizar muchas de las operaciones implicadas en la producción, manipulación y acceso.

Ejemplo de esto son programas como el Photoshop que modifican las características de una imagen digital, los de procesamiento de texto o los programas de creación de webs, que pueden crear automáticamente el esquema de un documento.

Los anteriores son medios automatizados de creación o producción, pero otro ejemplo de automatización son los buscadores web, como Google, que permiten clasificar, organizar y acceder a esa información.

Variabilidad

Un objeto de los nuevos medios no es algo fijado de una vez y para siempre.

Los viejos medios dependían de un ensamblador humano de fotos y textos, generando un orden definitivo, el caso del diario. Pero los nuevos medios se presentan variables, mutables o líquidos.

Además de copias idénticas puede dar lugar a muchas versiones diferentes, ya que la modularidad asegura la independencia de los objetos que componen el conjunto, lo cual permite que se puedan cambiar en diferentes secuencias. El caso de poder hacer una producción a “pedido del usuario”. Es el caso de una página web que podemos generar a nuestro gusto según los datos que le informemos, como el caso de Yahoo o Hotmail.

Un ejemplo de variabilidad es la organización tipo árbol que nos permite navegar en diferentes direcciones según quien lo haga como sucede con muchos videojuegos. Lo mismo el hipermedia, que son los accesos a diversos objetos de multimedia con múltiples rutas por recorrer.

Transcodificación Cultural

La transcodificación cultural es la consecuencia más importante de la informatización de los medios.

Se puede pensar en los nuevos medios como si tuvieran dos capas: una capa informática con los procesos y paquetes de datos que se transmiten por la red, el lenguaje informático, la estructura de los datos; y una segunda capa cultural donde se observan los efectos que el uso de esa capa informática produce en nuestra vida cotidiana. Como los nuevos medios se producen, se distribuyen, se guardan y se usan a través de celulares y computadoras, es de suponer que la capa tecnológica afecta a la capa cultural.

Un ejemplo es cómo ha cambiado la consideración habitual de una fotografía, a partir de la posibilidad de poder sacar una, digitalizarla, modificarla, publicarla y compartirla; hace que una fotografía tenga una significación totalmente diferente para nuestro tiempo que lo que era para la gente de solo hace tres décadas atrás, o la consideración de la duración del tiempo y la demora toda vez que las personas pueden acceder en segundos a cualquier tipo de comunicación instantáneamente.

Características de los nuevos medios

1. Son medios analógicos convertido a una representación digital
2. Todos los soportes digitales comparten el mismo código digital, lo que explica el multimedia.
3. Los nuevos medios permiten el acceso aleatorio, no lineal.
4. Los nuevos medios se pueden copiar infinitamente sin pérdida de calidad.
5. Los nuevos medios son interactivos, su relación no tiene un plan prefijado. El usuario se vuelve coautor de la obra.

LA INTERFAZ

La palabra interfaz define las maneras en que el usuario interactúa con el equipo, comprendiendo los dispositivos de entrada y salida de datos (monitor, teclado, mouse, impresora...) y también se convierte en una metáfora para designar a la organización de datos, como copiar, borrar, arrancar, detener, apagar un programa, etc.

La interfaz de la computadora actúa como un código que transporta mensajes en una diversidad de soportes. Por eso cuando usamos internet todo a lo que accedemos (música, video, imágenes, textos) pasa a través de la interfaz del navegador y luego por la interfaz del sistema operativo.

Un libro puede entenderse como una interfaz al texto, así como una computadora es una interfaz para acceder a videos en tiempo real. Las viejas categorías de forma y contenido, hoy podrían ser interpretadas como interfaz y contenido.

Como todas las expresiones culturales van pasando por la computadora (textos, películas, fotografías, música, etc.) estamos frente a una cultura digital, y por lo tanto podemos hablar de una interfaz cultural entre la persona, la computadora y la cultura.

Las interfaces culturales son los DVD, sitios web, museos en líneas, videojuegos, revistas electrónicas, textos electrónicos, webs de videos, páginas de streaming, etc. El lenguaje de las interfaces culturales se componen de elementos de formas culturales conocidas, esencialmente la del cine que por sus características tiñe a todas las expresiones de los nuevos medios de lo que se llama habitualmente el "lenguaje cinematográfico".

El texto

En lo que refiere al texto escrito recoge las convenciones largamente acumuladas en este sentido, como la hoja rectangular, las palabras, las imágenes, los gráficos, etc.

La interfaz de usuario generalista entre persona y computadora incluye el uso de íconos en la pantalla, los menús dinámicos, las ventanas que emergen, etc.

La conjunción de los tres factores dan forma a la interfaz cultural.

Anteriormente los contenidos de texto estaban sujetos a una interfaz física, el libro, y los contenidos cinematográficos a la interfaz física de la sala de cine. Hoy al digitalizarse se pueden mezclar ambas tradiciones en una interfaz dinámica de usuario.

La interfaz de la palabra se libera del soporte físico del libro y pasa a la pantalla, que de algún modo es un retorno a viejas interfaces. Esto se explica porque el libro es una interfaz jerarquizada y lineal, página por página y de principio a fin. La web es una interfaz donde prevalece el collage, la forma reticular, quizás parecido a desenrollar un rollo de papiro como en la antigüedad.

La aceptación de formas no jerarquizadas para la navegación, tienen directa relación con un mundo social y económico que también recela de las jerarquías. La interfaz de la web no es lineal ni secuencial, es un bombardeo de datos, una amplia sábana para recorrer, interminable, sin planos fijos, sin tiempo ni espacio, un vuelo horizontal.

El Cine

La palabra dominó las interfaces del sistema tradicional de comunicación, hoy ese lugar lo ocupa la imagen, que tiene la cualidad de ser un idioma de comprensión universal y que como todo lenguaje cuenta con códigos expresivos y por lo tanto con estrategias y formas de comprensión particulares.

El lenguaje de la imagen, el cine, llevado a la computadora tiene la facultad de convertirse no solo en un código para la recepción sino para la producción de mensajes, ya que la interfaz adaptada a la imagen en la computadora es practicada por los usuarios.

Lo interesante es que la posibilidad de que hoy resulte “natural” para el usuario trabajar con las interfases de imágenes de la computadora se sustenta en que la cinematografía es una expresión cultural que cuenta con más de un siglo de expresión y contacto con el común de la gente.

Las diferentes variantes que permite la computadora responden a la estructura gramatical de las imágenes y el cine. Por eso hacemos zoom, panorámicas, travellings sobre la pantalla tanto si se trata de imágenes o de palabras el formato de los datos con los cuales trabajamos.

Una de las características básicas que conserva la interfaz de la computadora de la cultura de la imagen es el encuadre rectangular de la pantalla, a diferencia del encuadre vertical de la página.

El encuadre horizontal de la pantalla deja “fuera del campo” de visión la mayor parte del archivo (sea una planilla, un texto u otro formato) del mismo modo que un encuadre cinematográfico supone dejar elementos fuera de la visibilidad del encuadre.

En la interfaz de la computadora la cámara es dominada por el usuario que la conduce por el espacio que desee poniendo en pantalla la parte del documento que requiere, enfocando una columna de datos, un fragmento de un texto o un detalle de una imagen.

Donde se observa con más impacto la gramática cinematográfica en la computadora es en el videojuego. Aquí la interacción a través de recursos cinematográficos es esencial en su construcción y el usuario convertido en director de cámaras es algo habitual.

Interfaz de Usuario

Bolter y Grusin definen los medios actuales como “aquello que vuelve a mediar”, es decir que transforman y traducen a otros medios tanto en forma y contenido, el fenómeno de re-mediación del que habla Carlos Scolari.

Llevado al espacio de la computadora lo que se hace es reformular, reformatear otros medios. Se apropia de la gramática de los demás medios y los expresa combinándolos entre sí, e incluso utilizando convenciones del entorno físico de las personas como es “el escritorio” o “la papelera” para el diseño de las interfaces de usuario, como Windows o Mac.

El mundo en el que vivimos puede definirse con la metáfora de la pantalla, todo es pantalla en nuestras vidas, y las pantallas ocupan un espacio omnipresente en nuestra geografía cotidiana.

La pantalla se transforma en “otro” espacio, encerrado en un marco, tridimensional y compartiendo nuestro espacio normal, la pantalla se ha convertido en el espacio de la representación.

Inclusive la pantalla de la computadora mantiene las mismas proporciones que los marcos de las pinturas renacentistas de hace 5 siglos, y hoy se conservan las referencias a ello, llamando formato “paisaje” al horizontal y formato “retrato” al vertical.

La particularidad de la moderna pantalla cinematográfica fue que el obligar a concentrar la mirada en ella abstrayendo al espectador de todo el espacio exterior que la rodeaba, con la pantalla televisiva esa abstracción del exterior fue perdiendo fuerza, pero con la llegada de la pantalla de la computadora la exigencia se trastocó y ahora la propia pantalla se fragmenta y requiere del usuario atención dentro de la pantalla a múltiples fragmentos, llamados ventanas.

No hay una única ventana que atraiga la atención del espectador, hecho que se vincula con la práctica del zapping televisivo. Inclusive los nuevos aparatos de televisión incluyen variantes como las de la computadora para compartir distintas ventanas en la misma pantalla, o bien utilizar imágenes, gráficos y textos que no tienen relación de significado entre sí de manera simultánea.

Otra superación es la del espacio de la realidad virtual, donde los límites desaparecen y el usuario se inserta dentro de la pantalla porque simulación y realidad convergen, la pantalla se esfuma y el cuerpo del usuario queda atrapado por el marco flexible de la pantalla. Esto puede observarse claramente con los nuevos videojuegos que personalizan al usuario como jugador desde el reconocimiento de su propio físico.

Las operaciones

Un diseñador o un usuario se acerca a la computadora a través de filtros culturales, como la palabra o la imagen, como vimos anteriormente, y para el manejo de los datos se utilizan una serie de técnicas, que llamaremos operaciones, siendo tres las más importantes:

1. La selección
2. La composición
3. La teleacción

Como ya hemos visto, una de las diferencias sustanciales entre la cultura del mundo industrial y la del nuevo mundo de la sociedad de la información es que trabajando o disfrutando del ocio las personas utilizan las mismas interfaces de computadora.

La relación estrecha entre trabajo y ocio se complementa con el mismo entre productor y usuario, esto último se puede observar con claridad en los videojuegos en donde el usuario puede ajustar el juego a su propio nivel y deseos, con lo cual se convierte en un co-autor del juego.

Las operaciones básicas mencionadas se pueden clasificar según quién las utilice, la selección puede ser una operación tanto del productor como del usuario, la composición es mayoritariamente del productor y la teleacción predominantemente del usuario.

Lógica de la selección

Cuando uno accede a diversas interfaces para ejercitar técnicas en ellas, sean interfaces de manejo de textos, de imágenes, de comunicación, de búsqueda o de lo que fuese, se ofrece una cantidad de opciones para seleccionar. De este modo la creación en la computadora se convierte en un ejercicio de selección en un menú de opciones.

Incluso esta selección de opciones es parte del trabajo del productor ya que al diseñar un software no parte de cero sino que utiliza soluciones modulares previamente desarrolladas.

El único productor que se mantenía al margen de esta lógica de selección era el artista, que empezaba su obra desde el lienzo en blanco, pero actualmente ni siquiera ese artista mantiene su originalidad, ya que él también compone su obra de fragmentos previamente hechos.

El hombre moderno, elija su ropa, el menú de un restaurante o el canal de su televisión, va por la vida seleccionando todo el tiempo. Con los medios electrónicos hace exactamente lo mismo, el usuario selecciona, elige, personaliza su escritorio, elige valores de un menú. De este modo la selección se vuelve la norma y la creación desde cero es la excepción.

La selección ratifica la idea de que las operaciones informáticas tienen una directa referencia con las operaciones culturales vigentes, es decir, la lógica de los nuevos medios responden a la lógica cultural del siglo XXI, la de la toma de decisiones permanente.

Por eso el reciclaje, el pastiche, el collage son expresiones culturales que responden a la nueva condición cultural del hombre posmoderno.

Quizás una de las más claras representaciones culturales de la operación de la composición es el auge del DJ, un productor que selecciona fragmentos ya existentes para remixarlos y adecuarlos a un formato propio, a una nueva creación en base a lo ya creado.

La composición

Como decíamos la autoría posmoderna se basa en la Selección, pero esa operación se ve complementada con la Composición.

La aparición de la composición digital es un nuevo paso hacia otra dimensión que suplanta la composición de montaje de fragmentos que era típica del cine tradicional.

Ya ni siquiera se unen digitalmente fragmentos sucesivos, sino que también se pueden operar por capas de una misma imagen, como fuera el caso de películas pioneras como Terminator 2 o Jurassic Park donde se combinan imágenes simultáneas. Personajes reales se pueden mover en paisajes virtuales o viceversa; y aún con composiciones absolutamente digitales se siguen respetando las técnicas cinematográficas de planos, enfoques, movimiento.

Mientras el montaje cinematográfico trabajaba sobre el montaje temporal de acciones sucesivas, la nueva composición mediante las interfaces digitales trabaja sobre modificaciones al interior del mismo plano.

La nueva composición digital involucra no solo a la sucesión del tiempo sino a la composición en el espacio, siendo el más grande logro hasta el presente la resolución de la imagen en 3D.

La Teleacción

La tercera de las operaciones no está destinada a la producción en medios sino al acceso a ellos.

Históricamente cuando a comienzos del siglo XX comienzan a generarse las comunicaciones a distancia, propio del prefijo “tele”, siguen dos trayectorias distintas, por un lado las tecnologías de representación, como el cine, el audio; y por otro lado las tecnologías de comunicación, como el teléfono, el telégrafo.

En el siglo XX formas culturales como la televisión y la radio surgen en la intersección de ambas tecnologías.

En el siglo XXI tenemos la capacidad de acceder a archivos de documentación ubicados en servidores de todo el mundo, o visualizar imágenes de cámaras ubicadas en cualquier parte, desde nuestra ubicación, eso es la telepresencia, la capacidad de ver y actuar a distancia.

Se puede definir la telepresencia como la posibilidad de llevar el propio cuerpo a otros entornos, ya sea uno creado por computadora o transmitido a distancia por una cámara en directo.

Para una mayor precisión Scott Fisher llama “entorno virtual” al caso del entorno creado por medios computarizados, y reserva “telepresencia” para el caso de un lugar físico remoto transmitido por cámara en vivo.

Distancia y Aura

¿En qué se diferencian las actuales tecnologías de la comunicación de las anteriores?

Para responder a esta pregunta recurrimos al pensamiento de Walter Benjamin y de Paul Virilio, para explicar que impacto causa un dispositivo cultural en la percepción habitual. Ambos autores consideran la naturaleza como la distancia que hay entre lo observado y el observador, y esa distancia es precisamente la que anulan los dispositivos tecnológicos de comunicación.

Para Benjamin, que escribe en 1936, la naturaleza tiene un “aura” que corresponde a la distancia que se sostiene entre el observador y las cosas, como cuando una persona admira una montaña o un lago. Y el pintor en su obra mantiene esa distancia y por ende se puede percibir el aura en su pintura. Pero el aura es aniquilada por las tecnologías modernas como el cine y la fotografía, que anulan la distancia y se reproducen en masa.

Virilio explica de qué manera en nuestro nuevo siglo y en base a las nuevas tecnologías cada punto sobre la tierra se ha vuelto accesible destruyendo los espacios, anulando las distancias geográficas. Esta gran óptica que invade todos los detalles anula la distancia que existe entre el fenómeno y nuestras reacciones, una distancia que permite habitualmente el momento reflexivo y crítico, la simultaneidad del tiempo y la destrucción de las distancias espaciales requiere reacciones instantáneas, espontáneas.

El cine, las telecomunicaciones y la telepresencia actúan disminuyendo las distancias entre el sujeto que mira y el objeto que es visto, al acercarse la gran óptica tecnológica se destruye la relación entre los objetos.

LAS ILUSIONES

La imagen sintética

Actualmente es posible diseñar una imagen por computadora, que por su realismo no puede distinguirse de una fotografía.

Imágenes sintéticas que se observan en las animaciones cinematográficas, los videojuegos, los diseños, siendo opinión generalizada que las imágenes por computadora nunca serán tan “realistas”, nunca representarán adecuadamente la realidad, entendiendo como representación de la realidad, las imágenes que se obtienen mediante el objetivo de una cámara fotográfica o de cine.

Lo llamativo es que las imágenes sintéticas por computadora usan como comparación las fotografías o las imágenes cinematográficas, con lo cual las personas del siglo XXI consideran que las fotos y el cine muestran la realidad, que mirar fotos y cine es mirar la realidad; cosa más que cuestionable.

Quizás lo más adecuado no es decir que las imágenes creadas por computadora no son tan realistas como las del objetivo de una cámara, sino que son aún más realistas, demasiado reales, realistas en exceso.

Las imágenes sintéticas se construyen por computadora con un grado extremo de detalle, que se supera a partir de aumentar el grado de resolución, sin el grano propio de los soportes fotográficos,

con lo cual todos los objetos de la imagen aparecen enfocados, sin diferencias de profundidad de campo, incluso las imágenes 3D.

Por lo tanto, la visión que se logra con una imagen sintética supera a la del ojo humano, es la imagen de un ciborg, representan una realidad diferente, quizás el diseño de una realidad que está por venir.

Quizás sirva como idea que la fotografía apuntaba a un hecho pasado y la imagen sintética apunta a un hecho futuro.

Finalmente en la computadora existe alternancia entre segmentos ilusorios e interactivos, y para actuar sobre ellos requiere del usuario una diferente actitud cognitiva.

De pronto el usuario trabaja con una base de datos, luego utiliza un buscador y posteriormente visita un juego y así sucesivamente. La multitarea como norma cognitiva y social.

Una multitarea cognitiva que requiere del usuario alternar entre clases diferentes de atención.

LAS FORMAS

Existen dos formas básicas que podemos encontrar hoy en los nuevos medios, primero la base de datos, que se emplea para almacenar todo tipo de información (sean registros contables o videos), la segunda es el espacio 3D virtual e interactivo, que se emplea en los videojuegos, el cine de animación, la realidad virtual y las interfaces de entre el hombre y la computadora.

Con el principio de transcodificación tanto base de datos como el espacio virtual están formando parte integral de nuestras prácticas culturales, modos generales en que la vida representa la experiencia, el mundo y la vida.

En primera instancia podría vincularse la base de datos con las prácticas laborales y la simulación virtual con el ocio, pero está claro que esa división no es cierta.

En un tiempo en que la información adquiere la mayor trascendencia cultural y económica, el acceso a esa información ha dejado de ser una forma de trabajo para forma parte esencial de la cultura.

La lógica de la base de datos

La literatura y el cine moderno se dedicaron a contar historias, a narrativas lineales. Pero la existencia de la base de datos ha hecho que los nuevos medios no cuentan historias, no están compuestos por elementos en secuencia, sino por elementos individuales, que forman las llamadas bases de datos.

Una base de datos como un conjunto estructurado de datos, una colección de elementos.

De aquella perspectiva lineal de la narrativa moderna se ha pasado con la base de datos del nuevo tiempo a una colección interminable y desestructurado de datos, textos e imágenes.

El resultado de la base de datos es una colección no una historia, la web tiene una lógica antinarrativa.

Pero no todos los objetos de los nuevos medios son base de datos, también existen algunas narrativas, como el caso de los videojuegos, los que siendo lógicamente una base de datos los usuarios/jugadores le aportan una narrativa.

El videojuego es una creación mutua entre su autor y su jugador, el autor diseña el juego construyendo un universo de algoritmos (secuencia última de operaciones simples), y el usuario tiene como objetivo descubrir esos algoritmos.

Por ejemplo en un videojuego de ataque en primera persona, el jugador puede descubrir que en determinadas circunstancias los enemigos siempre aparecerán por izquierda. Lo que ha descubierto es el algoritmo que diseñó el autor y lo utiliza para su narrativa.

Base de datos y narración

La base de datos muestra un mundo compuesto por una lista de elementos que se niega a ordenar, a diferencia de la secuencia que hace de ese grupo de elementos un todo ordenado linealmente. Base de datos y narración aparecen entonces como enemigos naturales, compiten por la explicación del mundo.

La particularidad de los nuevos medios es que cuentan con varias interfaces cuyo objeto es una base de datos, deben ser más de una interface, ya que si fuese una sola el resultado sería similar a la característica narrativa de los viejos medios.

Por ejemplo, una web que tenga interfaces para leer textos, escuchar audios, procesar imágenes, trabaja sobre la idea de la base de datos desordenada, pero si esa web solamente tuviera una interfaz de visión de imágenes entonces se convertiría, a su modo, en una revista fotográfica.

El usuario de una narración aborda una base de datos y sigue los pasos marcados por el creador de la base de datos, pero una navegación interactiva va surcando la base de datos sin un ordenamiento prefijado, una hipernarración que toma múltiples trayectorias posibles en la base de datos, en la cual la historia lineal es una opción más.

Paradigma y Sintagma

Una interfaz que procesa imágenes las desarma en múltiples capas que pueden ser manipuladas una por una para darle una configuración diferente a la imagen.

Del mismo modo que la base de datos, el procesamiento de imágenes también admite dos lenguajes visuales, uno el más actual cuya manipulación genera impacto por su imposibilidad de representar la vida real, y la otra que corresponde a la imagen que se veía a través de una cámara fotográfica o de cine.

Este manejo del lenguaje visual se corresponde con la idea de Frederic Jameson sobre el cambio cultural. Jameson entiende que los cambios no consisten en el derrumbe de una estructura para ser reemplazada por una estructura nueva, sino la recombinación de elementos existentes en el período que acaba de una manera diferente en el período que comienza. Características que en un sistema se veían subordinadas a otras más importantes, ahora asumen importancia y otras quedan subordinadas a ellas.

El cambio del lenguaje narrativo al lenguaje de la base de datos responde a esta idea.

Otra forma de entenderlo es utilizando la teoría del sintagma y el paradigma.

Para esta teoría iniciada por Ferdinand de Saussure los elementos de un sistema pueden relacionarse en dos dimensiones, la sintagmática y la paradigmática.

El sintagma es una combinación de signos que tiene como soporte el espacio, según Roland Barthes. Por ejemplo cuando el hablante toma una serie de signos (letras) y las ordena en un secuencia determinada para hacerse entender establece una relación sintagmática.

El paradigma indica que cada nuevo elemento se elige de un grupo de elementos relacionados. Por ejemplo un sustantivo se toma de un grupo de sustantivos posibles, o de sinónimos probables.

De este modo cuando tenemos un escrito, en el papel consta la relación sintagmática, pero todas las variantes posibles que dieron origen al texto forman una relación paradigmática que está en la cabeza del narrador. Del mismo modo cuando una mujer se viste se pone determinados zapatos, pollera, blusa, accesorios, y es lo que puede verse en la realidad; pero una persona al verla puede

imaginarse a la misma mujer con otra falda, otra blusa y otros zapatos; en un caso tenemos la relación sintagmática y en el otro la paradigmática, una es explícita y la otra implícita, una es real y la otra la imaginamos.

Así funcionan las narraciones de los viejos medios también, la relación explícita es el sintagma, la película por ejemplo, y la relación implícita es el paradigma, la base de datos de posibles opciones creativas que pudieron haber formado parte de la película. De hecho es muy común actualmente ver segundas versiones de películas ya estrenadas con agregados o modificaciones de secuencias, es decir con la inclusión de relaciones paradigmáticas que quedaron fuera de la versión sintagmática del film original.

Pero a diferencia de esta lógica lo que hacen los nuevos medios es invertir la relación, la base de datos (paradigma) adopta una existencia material, mientras la narración (sintagma) se desmaterializa. El paradigma se vuelve real y la narración se hace virtual.

La base de datos es el centro del proceso de diseño, la narración se construye enlazando elementos de la base de datos en un orden determinado.

En lo material la narración es una serie de enlaces de materiales que en la realidad se encuentran en la base de datos, por lo cual la narración es un ordenamiento virtual.

En muchas interfaces el menú de opciones de la base se encuentra explícita frente al usuario para que opte de los elementos que la componen, en este caso la relación paradigmática está presente en la realidad.

Esta situación vuelve a afirmar de qué manera los medios se apropian de elementos de los viejos medios, como decía Jameson, los cambios son reordenamiento de similares elementos de forma distinta.

¿QUÉ ES EL CINE?

Resulta útil pensar la relación entre el cine y los nuevos medios, y se puede pensar en base a dos vectores, el primer vector va del cine a los nuevos medios, destacando el lenguaje que los nuevos medios toman del cine. El segundo vector va en sentido contrario, de las computadoras al cine, una expresión cinematográfica plagada de funcionalidades provenientes de la informática: 3D, escenarios virtuales, captación de movimientos virtuales de los actores, narrativas de videojuegos, etc.

La inserción de la animación digital en el cine vuelve hacia atrás la historia y parece repetirse la primera etapa cuando las películas se coloreaban y animaban a mano, hoy el cine no puede diferenciarse de la animación. El cine nació de la animación, luego se arrojó sobre la realidad como la materia esencial del arte cinematográfico, y hoy vuelve a vincularse con la animación que durante tanto tiempo reprimió.

La redefinición del cine

A medida que la tecnología tradicional del cine es reemplazada por la tecnología digital se va redefiniendo la dimensión cinematográfica.

Principios de la cinematografía digital:

- Una vez que la imagen de cine se transforma en un archivo digital pierde su particularidad, ya que ese paquete formado de píxeles no distingue entre una película, una fotografía o una pintura, y como cualquiera de ellas puede ser manipulada.

- En lugar de filmar la realidad física hoy puede obtenerse la totalidad de la imagen mediante una creación digital en dos o tres dimensiones.
- El metraje de filmación cinematográfica queda dispuesto a la manipulación, y se vuelve materia flexible, modificable. Hoy es posible “dudar” de la realidad de cada una de las escenas de una película.
- La producción en el cine digital es solo la primera parte de la posproducción. En el cine tradicional la producción de la acción real filmada era la base ineludible que luego se posproducía con el montaje, cortando la cinta y armando la narración, en el cine digital el material filmado real es un paso más del proceso de posproducción donde se manipula el film.

El nuevo lenguaje del cine

La manipulación digital del cine es una cuestión casi permanente hoy en día, pero el lenguaje narrativo sigue siendo el del cine tradicional casi en su totalidad, pero hay excepciones.

Las excepciones, son novedades narrativas que han aparecido a finales del siglo XX, y entre ellas se encuentran:

- El videoclip: suele no ser lineal, trabaja con material cinematográfico pero las modifican y ordenan más allá del realismo cinematográfico, sin linealidad y sin secuencia lógica.
- El videojuego: es otra forma cinematográfica no narrativa, pero a diferencia del videoclip es desde un principio un formato creado por computadora.

De nuevo debemos afirmar que las novedades expresivas de los nuevos medios tienen directa relación con las prácticas culturales propias del nuevo siglo, aquello que se ha dado en llamar posmodernidad. Otro elemento que está vinculado es el de la simultaneidad.

Michel Foucault sostenía que estamos en la época de la simultaneidad, de la yuxtaposición, de lo uno al lado del otro. Una época en la que cede la linealidad a favor del recorrido en red.

La lógica del escritorio con múltiples íconos todos activos y dispuestos a operarse es la de la simultaneidad, la de lo uno al del otro

La escuela y las nuevas alfabetizaciones

Lenguajes en plural

Por Inés Dussel y Myriam Southwell

La alfabetización en la lectoescritura fue durante muchos años la tarea central, y casi única, de la escuela. Entendida como su corazón y su razón de ser, ella ocupaba buena parte de las expectativas sobre los logros de la escuela primaria. Desde fines del siglo XIX, la escolaridad elemental amplió esa propuesta para incluir lo que consideraban los conocimientos básicos necesarios para la vida en sociedad. Estos contenidos básicos fueron definidos desde diversas perspectivas: contenidos para la formación moral, contenidos para el trabajo, contenidos para la inclusión en la sociedad nacional y la ciudadanía, entre otros.

En el último tiempo, empezó a formularse la necesidad de incluir otros saberes básicos como igualmente importantes para considerar que la escuela ha cumplido con éxito su misión. Se habla de alfabetizaciones emergentes, y también de alfabetizaciones múltiples, para referirse a la adquisición de un conjunto de saberes que abarcan otras áreas. Entre esas alfabetizaciones, se menciona a la alfabetización digital y la alfabetización mediática, pero también a la alfabetización ciudadana, la económica, e incluso la emocional. Algunos critican este uso desmedido de la metáfora de la alfabetización, y argumentan que ella debería restringirse a la adquisición y competencia en ciertos lenguajes.bhhhh

En este artículo, y en las notas que integran el dossier, nos gustaría referirnos a distintos saberes que aparecen cada vez como más necesarios. ¿Qué significa hablar hoy de nuevas alfabetizaciones? ¿Se trata solo de renovar las alfabetizaciones clásicas? ¿Supone solo cambios en el soporte de los textos o también implica otra serie de destrezas y operaciones? Los saberes considerados indispensables deberían ampliarse para incluir los saberes, relaciones y tecnologías que hoy son dominantes en nuestra sociedad, y formar a las nuevas generaciones para que puedan vincularse con ellas de maneras más creativas, más libres y más plurales. Creemos que para desandar, aunque sea en parte, la brecha que se instaló entre la escuela y lo contemporáneo, sería deseable que la organización pedagógica y curricular de las escuelas se estructurara como un diálogo más fluido, más abierto, con los saberes que se producen y circulan en la sociedad. ¿Cuáles son los nuevos lenguajes que deberían ser incluidos en la propuesta escolar, y cómo sería más productivo hacerlo? Sobre estas preguntas reflexionaremos en las páginas que siguen.

La escuela de las alfabetizaciones básicas del siglo XIX

Como sabemos, cada época produce y reproduce cultura, genera crisis de sus expresiones previas, renueva sus formas y echa a andar nuevas posibilidades. ¿Cómo ha resonado esa dinámica propia de la cultura dentro de las paredes de la escuela? A veces la escuela genera culturas nuevas: así lo hizo cuando creó un público lector, un público letrado, a principios del siglo XX, y ayudó a estructurar relaciones, identidades, sentimientos e incluso industrias como la del libro y el periódico masivos sobre esa base. Un hecho no menor en esa dirección es la incorporación masiva de la mujer a la cultura, tanto en su rol de alumna como en el de educadora, primer escalón de un ingreso al mercado de trabajo que transformaría definitivamente a la sociedad y a la familia.

¿Cómo se fue dando la incorporación de las nuevas formas de producción cultural en nuestras escuelas? En la historia de más de dos siglos de escuelas elementales y superiores en el país, el diálogo con la producción cultural que se producía fuera de ella fue enriquecedor pero, a la vez, casi siempre problemático. Más de una vez en estos siglos, los cambios tecnológicos, los nuevos

lenguajes y lo que producían las vanguardias artísticas, culturales y políticas era vivido como una amenaza ante las cuales la escuela debía construir paredes más altas. Un ejemplo de ello puede encontrarse en las expresiones sumamente preocupantes de educadores como Víctor Mercante que desconfiaba de avances tecnológicos como la mecanización, los tranvías eléctricos, como así también de expresiones culturales tales como el cine, el tango y el fútbol. Constatando que la mayoría de los espectadores de cine eran jóvenes de entre 12 y 25 años de edad, se preguntaba horrorizado en 1925: "¿Quién abre un libro de Historia, de Química o de Física, a no ser un adulto, después de una visión de Los piratas del mar o Lidia Gilmore de la Paramount?". La mayoría de las películas eran, en aquella época, de cowboys y de amor, cuyos héroes eran, para Mercante, "grandísimos salteadores y besuqueadores". Todo eso llevaba a que los jóvenes "solo quieran gozar, gozar, gozar"; por eso, él sostenía que el cine era una escuela de perversión criminal, y que había que organizar comités de censura en todas las ciudades para que solo se exhibieran películas "moralmente edificantes". Su propuesta fue la de establecer comités de censura en los pueblos, y cerrar las escuelas a los nuevos lenguajes y estéticas.

En un sentido similar, algunos educadores encabezaron fuertes discusiones acerca de qué podía considerarse cultura y qué quedaba relegado a lugares menores y despreciados, y por lo tanto, qué expresiones escritas, visuales o sonoras podían introducirse en la escuela y podían ser parte del trabajo escolar, y cuáles no. De este modo, esa escuela fue autorizando determinados saberes, voces, expresiones y lenguajes y decidió dejar afuera otras formas culturales que luego la historia fue incorporando dentro del canon de cultura legítima. Lo que debe prendernos una luz de alerta es que esas formas fueron "entrando por la ventana", imponiéndose por la demanda social de familias y alumnos, por la presión del mercado, o por decisiones inconsultas. Quizás esta vez deberíamos ser capaces de dar una discusión pública rigurosa y profunda sobre cuáles de estos nuevos saberes deben entrar a la propuesta escolar, y cómo deben hacerlo.

Las alfabetizaciones clásicas hoy

El surgimiento mismo de la escuela se consolidó en torno a las tecnologías ligadas a la lectura y la escritura disponibles a fines del siglo XIX: el libro, la pizarra, el pizarrón, el cuaderno, el lápiz. Como muchas de estas prácticas y tecnologías venían de lejos, se favoreció una idea de inmutabilidad de los saberes y unidireccionalidad de su enseñanza. Sin embargo, cabe plantearse si es la misma enseñanza la que debe desarrollarse cuando se trata de trabajar con pantallas, a veces muy pequeñas, y cuando las tecnologías se transformaron radicalmente.

Por un lado, hay que considerar que en los siglos XVIII y XIX, la escritura, junto a la pintura y el dibujo, era una de las pocas maneras de registrar y conservar el saber para su transmisión. Pero hoy las posibilidades tecnológicas de "capturar" una imagen y hacerla perdurable a través de la fotografía y el cine/video, de guardar una voz, o de registrar un movimiento, rompieron ese monopolio. La escritura sigue siendo fundamental para representar al mundo, para acceder a otros mundos de significados, para encontrarse con la experiencia de otros humanos y para acceder a otros cuerpos de saberes, pero ya no es la única forma posible.

La otra cuestión a tener en cuenta en torno a la enseñanza de la lectura y la escritura es que hoy está organizada por diferentes supuestos y principios que hace un siglo. Si antes importaba el manejo competente (el dominio fluido) de la ortografía y la sintaxis, actualmente hay otros discursos que la configuran. Se busca que los alumnos se expresen, que se apropien de los códigos lingüísticos, que produzcan textos propios y que se vinculen a la lengua y literatura de maneras más productivas y libres.

También se plantea que hay que promover que los alumnos se acerquen a las situaciones reales de comunicación, se jerarquiza el lugar de la oralidad y se promueven formas menos rígidas de enseñanza, que plantean trabajos en grupo, interacciones directas entre los alumnos, y

autocorrecciones o evaluaciones de los pares. La relación con el saber que se promueve y el vínculo con la autoridad (a través, por ejemplo, de la relación con las normas lingüísticas, del énfasis que se pone en la ortografía y la sintaxis, y de las formas de trabajo con el error) son muy diferentes a lo que se planteaba a fines del siglo XIX. Las "alfabetizaciones clásicas" hoy implican prácticas y sentidos bien distintos a los que a veces se evocan en la visión nostálgica de la escuela tradicional. No es suficiente, entonces, con seguir haciendo bien lo que se hacía hace un siglo: nos encontramos con otros sujetos, con otras estrategias, y con otras prácticas sociales que demandan otro tipo de enseñanza.

Una tercera cuestión que se plantea es que hay que repensar el lugar monopólico de la escritura en la transmisión de la cultura. La escritura es un "modo de representación", es una de las formas en que los seres humanos construimos el sentido sobre nuestra experiencia y nos comunicamos (Kress, 2005). La escritura es un modo importantísimo de representación, y su aprendizaje es difícil, y debe ser eje fundamental de la escolaridad; pero no es necesariamente cierto que es el más completo o el que debe "dominar" a todos los otros, que incluyen a la imagen, el sonido y el lenguaje gestual o corporal. Esta jerarquización excluyente de la escritura más bien habla de una sociedad que valora y jerarquiza ciertas prácticas sobre otras, y que desprecia otras formas de comunicación y de saber. ¿Eso quiere decir que son igualmente importantes, o que la escuela debe incorporarlas todas al mismo nivel? De ninguna manera. La escritura requiere una inducción larga y cuidadosa en sus reglas y formas de procedimiento, y la escuela sigue siendo el mejor lugar para hacerlo (y, para muchos, el único). Pero también debe reconocerse que ya no es posible sostener que las otras formas de representación de la experiencia humana no deben tener lugar en la escuela. Kress propone, acertadamente, reconocer que ninguna forma de representación es total, ni logra atrapar al conjunto de la experiencia humana y que si bien la escritura y la lectura tienen enormes beneficios como prácticas de conservación, producción y transmisión de la cultura, no son las únicas dignas de enseñarse y de aprenderse masivamente. Unas y otras pueden potenciarse y beneficiarse mutuamente, expandiendo nuestra capacidad de expresarnos, de comunicarnos, de aprender sobre nosotros mismos y sobre el mundo.

Pensar en los "modos de representación" ayuda también a analizar los medios tecnológicos por los que se representa. Kress señala que la escritura en la época de la pantalla tiende a adoptar aspectos de la gramática visual de la pantalla antes que de la página del libro¹ como sucedía hasta hace poco tiempo. Los libros de texto son buenos indicadores de estos cambios: actualmente, la organización visual de las páginas de esos libros asume formatos hipertextuales, con ilustraciones, profundizaciones, resaltados; y muchas veces la escritura viene a cumplir una función subsidiaria de la imagen -el texto escrito se introduce para explicar y desarrollar la imagen-, que reacomoda la economía textual de la página. Antes, la organización de la página no constituía un problema complejo, y se decidía de acuerdo con las posibilidades técnicas y gráficas disponibles; hoy "esa organización se ha convertido en un recurso para el significado de los nuevos conjuntos textuales". Como veremos más adelante, empieza a ser cada vez más necesario que la escuela proporcione otros conocimientos para moverse mejor, más fluidamente y de forma más rica y relevante, en los saberes que proporcionan las nuevas tecnologías, básicamente la computación y el lenguaje audiovisual. Quizás valga preguntarse: si no es la escuela la que proporciona estos saberes, ¿quién lo hará? Por ejemplo, ¿puede imaginarse una televisión que enseñe a reflexionar críticamente sobre sus contenidos, contra sus propios intereses? Dejarlo librado al mercado, o a las experiencias actualmente disponibles -que en su gran mayoría están organizadas por pautas mercantiles- implica renunciar a incorporar otras lógicas, otros plazos, otras orientaciones.

La alfabetización como metáfora

Hablar de nuevas alfabetizaciones, alfabetizaciones múltiples o alfabetizaciones emergentes, requiere discutir también si vale la pena referirse a esos nuevos saberes en los mismos términos que las alfabetizaciones clásicas. Algunos autores (Kress, 2005; Braslavsky, B., 2004) señalan que no es conveniente usar el término de "alfabetización" como metáfora. Kress destaca dos razones: por un lado, que esta extensión provoca una extensión de los supuestos y prácticas de la lectura y de la escritura a otras formas de representación (por ejemplo, la imagen o los gestos), lo que no necesariamente ayuda a ver las profundas diferencias que las estructuran; por el otro, denuncia una especie de "colonialismo cultural" que está dado por la extensión del uso anglosajón de literacy a otros contextos en los cuales las nociones específicas (por ejemplo "alfabetización" en el caso del español) no se adecuan demasiado estrictamente al original inglés. Buckingham (2007), partidario de usar el término, señala que introducirlo implica darles legitimidad a estos saberes, e incorporarlos a un currículum básico que deben aprender todos los ciudadanos.

Sin desconocer las críticas mencionadas, consideraremos que es más lo que se gana que lo que se pierde en esta adopción de la metáfora de "alfabetizaciones" para hablar de los saberes básicos que hoy debe transmitir la escuela primaria. Hablar de alfabetización permite referirse a la necesidad de aprender lenguajes, y estos lenguajes no son solamente, ni deben serlo, los del lenguaje oral u escrito. Buckingham señala que la alfabetización hace referencia a la posibilidad de acceder a un código o lenguaje y también de comprenderlo y usarlo creativamente. Creemos que en torno a esas tres acciones (acceso, comprensión y creatividad) podrían estructurarse contenidos interesantes y relevantes que aporten a la formación intelectual, ética y estética de los estudiantes.

En este dossier hemos incluido notas que apuntan a poner en discusión dos alfabetizaciones "nuevas" que han ido incorporándose al trabajo escolar y tienen aún un fuerte potencial para seguir profundizando esa incorporación. Por un lado, Flavia Pascualini y Rosalía Pasini cuentan la experiencia sobre alfabetización digital llevada adelante en la escuela donde trabajan y Emilia Ferreiro nos ofrece su reflexión sobre la producción de textos y la interacción con ellos en las nuevas condiciones de la cultura contemporánea. Por otro lado, nos ocuparemos de la alfabetización audiovisual o mediática a través de la nota de Ana Laura Abramowski.

Alfabetizados y enredados

Otro punto sobre el que nos gustaría detenernos es el de la relación entre la incorporación de nuevos saberes y la visión que tenemos de lo nuevo, y de los nuevos, en la cultura. Es frecuente que los adultos intercambiamos impresiones acerca de si las operaciones de comunicación, lingüísticas, expresivas, etcétera, que se realizan con el celular, el chat, las weblogs son formatos culturales restringidos o empobrecidos, un uso devaluado del lenguaje, e incluso una deformación que no educa. En estas valoraciones hay distintos elementos. Por un lado, aparece una preocupación por brindar y velar por el acceso a la cultura letrada, que es legítima y se basa en una posición responsable como educadores. Pero también suele haber un cuestionamiento hacia los jóvenes, porque sus modos de vivir en el mundo y en la cultura se perciben distintos al que los adultos creemos recordar que vivimos nuestra juventud. Una mirada frecuente sobre los jóvenes suele verlos como menos creativos, menos cultos, menos lectores, menos políticos de lo que los adultos recordamos haber sido.

Es necesario considerar, como apuntan algunos especialistas, que la mayor flexibilización de las normas que organizan la lengua escrita se ha producido en todos los momentos del desarrollo humano en que se fueron pluralizando las formas de registro de lo escrito. Desde la oralidad a la escritura, de la escritura sobre tablas a la escritura sobre papel, etcétera, en todas esas transiciones hubo modificaciones en la norma que organizó la lengua escrita; y por lo tanto, fue parte del derrotero de su crecimiento y afianzamiento. Por otro lado, varios siglos atrás, escribir y

leer eran actividades profesionales que llevaban adelante personas que desempeñaban un oficio específico. Pero la evolución de la sociedad posibilitó que ya no fuera un oficio que desempeñaban algunos pocos por obligación, sino una marca de ciudadanía (Ferreiro, 2001) y gracias a ese desarrollo esas prácticas están hoy fuertemente extendidas entre nosotros. Una mirada a lo largo de la historia, desde el siglo XII hasta nuestros días, podría listar una enorme cantidad de "deformaciones" y transformaciones en ese lenguaje.

En una entrevista incluida en el N° 3 de El Monitor, Daniel Link nos recuerda que los chicos y jóvenes jamás se caracterizaron por el buen uso del lenguaje y que no deberían ser estigmatizados por ello. Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y su creciente uso entre todos los que habitamos este mundo contemporáneo, traen nuevos interrogantes a la escuela y requieren diversificar aquellos soportes sobre los que se alfabetiza. Una posibilidad es que la escuela se abra a considerar como legítimas las formas de lectura y escritura que desarrollan los alumnos y docentes en tanto internautas, posibilitando la consideración de esas prácticas que los alumnos llevan adelante en entornos virtuales. Por esos y otros motivos habría que evitar la actitud de desconfianza o desvalorización de las interacciones que se producen en los entornos virtuales, ya que ellos implican el conocimiento de nuevos lenguajes que entran en un capital cultural más amplio que la alfabetización entendida de modo más clásico.

Otro elemento importante que podría abrirse con las nuevas tecnologías es la capacidad de crear recorridos y producciones originales de cada uno de los alumnos. Eso implica pensar a chicas y chicos como "productores culturales por derecho propio" (Buckingham, D., 2002:225), lo que tendrá consecuencias tanto en la manera en que encaren su propio proceso de aprendizaje y su capacidad de proyectarse hacia el futuro, como en ocupar un lugar distinto como sujetos políticos con igualdad de derechos. Algunas experiencias realizadas con la creación de páginas web, instalaciones virtuales o CD muestran las enormes posibilidades que abren estas experiencias.

Al mismo tiempo, habría que proponerles espacios para reflexionar, investigar y producir alternativas sobre quiénes y cómo producen saberes en estos nuevos espacios. No debe ignorarse que ellos están movidos, antes que nada, por intereses comerciales y empresarios. La mayoría de los buscadores, por ejemplo, tienen espónsores o publicidades que orientan en ciertas direcciones y no en otras; nos instalan programas que juntan información sobre nuestro perfil de consumidores, y buscan interpelarnos antes que nada como posibles compradores (de bienes o de información). Nuestros alumnos tienen el derecho, y el deber, de saber en qué se están metiendo cuando acceden a estos sitios, qué cuestiones se les facilitan y cuáles se obstaculizan, para decidir cómo y con quiénes se vinculan.

Preguntas por el cómo

Como suele decirse, lo importante no es la tecnología sino lo que hagamos con ella, lo que enseñemos sobre sus usos y posibilidades, y también sobre sus límites. También es importante pensar en una introducción de las nuevas tecnologías que no las consideren solamente un recurso didáctico que amplía las posibilidades materiales del aula, sino también, y sobre todo, formas culturales importantes de esta época, ámbitos productivos y recreativos de la cultura, la política y la economía contemporáneas, que tienen muchos efectos sobre nuestras propias vidas, las de los docentes y las de los alumnos. En ese sentido, creemos que no es suficiente con "enseñar computación" y los programas de software (como si fueran técnicas asépticas y neutrales), ni tampoco considerar a la internet solamente como una gran fuente de información, sino que deberían sumarse otros saberes, disposiciones y sensibilidades que permitan enriquecer la vida de los alumnos, que los ayuden a plantearse preguntas y reflexiones a las que solos no accederían, y

que les propongan caminos más sistemáticos de indagación, con ocasiones para compartir y aprender de y con otros.

Es fundamental, por ejemplo, enseñar la noción de red y su extensión en muchas actividades humanas, y ayudar a develar las jerarquías, desigualdades y subordinaciones que siguen operando pese a su apariencia horizontal e igualitaria. También, en este punto, sería interesante enseñar sobre las transgresiones, sobre la creatividad y la productividad de muchos emprendimientos individuales o de pequeñas asociaciones que elaboran otras cadenas de noticias, o de solidaridades, o de creaciones artísticas o sociales. Es fundamental también hacer lugar a otros conocimientos y experiencias que circulan en internet, o que se almacenan en CD, estudiando por ejemplo cómo cambia el conocimiento cuando se archiva en uno u otro formato, discutiendo qué se transformó de las viejas bibliotecas de papeles a las nuevas formas virtuales, e indagando sobre las posibilidades y los límites que ofrecen los buscadores actuales para rastrear información, experiencias, relatos; ayudarnos a pensar qué encontramos y qué no encontramos con esos buscadores, y pensar criterios con los que leer y organizar (poner en relación, dar sentido, interpretar) aquello que hallamos. Podemos proponernos, también, estudiar los videojuegos: las estrategias que proponen, sus formas de producción, sus narrativas, sus presupuestos epistemológicos y políticos. Podríamos proponernos estudiar con nuestros alumnos, con menos prejuicios pero sin celebrar acríticamente todo lo nuevo, qué emociones y sentimientos movilizan, qué sociabilidades se establecen, qué estrategias resultan exitosas y por qué, y qué otras formas de interacción podrían proponerse.

También sería interesante ponernos y poner a nuestros alumnos a investigar acerca de usos diferentes de las nuevas tecnologías en distintas regiones, sectores sociales, y distintos países, que los ayuden a reflexionar sobre los condicionamientos económicos, culturales, geográficos, políticos y sociales que tiene la relación con la tecnología y que no se dejan simplificar en la presencia o ausencia de una máquina (Snyder y otros, 2002). Esa indagación también les daría una experiencia valiosa acerca de las diversas maneras de ser niños o jóvenes en distintas sociedades, en distintos sectores sociales y hasta en distintos barrios o circuitos socioculturales.

Creemos que es fundamental que las escuelas propongan una relación con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información significativa y relevante para los sujetos que las habitan. Las nuevas alfabetizaciones deberían ayudar a promover otras lecturas (y escrituras) sobre la cultura que portan las nuevas tecnologías, que les permitan a los sujetos entender los contextos, las lógicas y las instituciones de producción de esos saberes, la organización de los flujos de información, la procedencia y los efectos de esos flujos, y que también los habiliten a pensar otros recorridos y otras formas de producción y circulación. En la búsqueda de respuestas, seguramente la enseñanza se convertirá en algo más interesante y más valioso. Y es en esa búsqueda donde podemos intentar aproximar el mundo de la escuela y la sociedad contemporánea, desde lugares intelectualmente más productivos y políticamente más auspiciosos que los que produce hoy la irrupción de la crisis y la fragmentación social. Todo ello hace a la relación con el saber, con la lengua, con los otros, con el conocimiento acumulado; y hace a nuestro lugar en una sociedad humana que se forma de muchas herencias, lugar que debería permitirnos dejar una huella propia para que otros la retomen más adelante.

Bibliografía

- Braslavsky, Berta, *¿Primeras letras o primeras lecturas? Una introducción a la alfabetización temprana*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Buckingham, David, *Creer en la era de los medios electrónicos*. Madrid, Morata, 2002.
- Buckingham, David, *Beyond Technology. Children's Learning in the Age of Digital Culture*. Cambridge. UK, Polity Press, 2007.

- Dussel, Inés, "De la primaria a la EGB: ¿qué cambió en la enseñanza elemental en los últimos años?", en: Terigi, F., Diez miradas sobre la escuela primaria. Buenos Aires, Siglo XXI Osde, 2005.
- Ferreiro, Emilia, Pasado y presente de los verbos leer y escribir. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001.
- Kress, Gunther, El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación. Granada, Ediciones El Aljibe-Enseñanza Abierta de Andalucía, 2005.
- Mercante, Víctor, Charlas pedagógicas. Buenos Aires, Gleizer, 1925.
- Snyder, Ilana; Angus, L & Sutherland-Smith, W., "Building Equitable Literate Futures: Home and School Computer-Mediated Literacy Practices and Disadvantage", Cambridge Journal of Education, Vol. 32, N° 3, 2002, págs. 367-383.

Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información

Por Jordi Adell

1. Introducción

Desde hace aproximadamente veinte años, en diversas oleadas y desde diversas ideologías, numerosos autores anuncian el advenimiento de la sociedad de la información: un conjunto de transformaciones económicas y sociales que cambiarán la base material de nuestra sociedad. Tal vez uno de los fenómenos más espectaculares asociados a este conjunto de transformaciones sea la introducción generalizada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de nuestras vidas. Están cambiando nuestra manera de hacer las cosas: de trabajar, de divertirnos, de relacionarnos y de aprender. De modo sutil también están cambiando nuestra forma de pensar.

La relación del ser humano con la tecnología es compleja. Por un lado, la utilizamos para ampliar nuestros sentidos y capacidades. A diferencia de los animales, el ser humano transforma su entorno, adaptándolo a sus necesidades, las reales y las socialmente inducidas, pero termina transformándolo a él mismo y a la sociedad. En este sentido, podríamos decir que somos producto de nuestras propias criaturas.

Las tecnologías de la información y la comunicación han desempeñado un papel fundamental en la configuración de nuestra sociedad y nuestra cultura. Pensemos en lo que han significado para historia de la Humanidad la escritura, la imprenta, el teléfono, la radio, el cine, o la TV. Desde nuestros antepasados cazadores-recolectores que pintaban figuras en las paredes de sus cuevas y abrigos hasta nuestros días, la tecnología ha transformado al ser humano, y lo ha hecho para bien y para mal. Las tecnologías ya asentadas a lo largo del tiempo, las que utilizamos habitualmente o desde la infancia, están tan perfectamente integradas en nuestras vidas, como una segunda naturaleza, que se han vuelto invisibles. Las utilizamos hasta tal punto que no somos conscientes de cómo han contribuido a cambiar las cosas. Sólo percibimos la tecnología cuando falla o temporalmente desaparece: una huelga de transporte público sume a toda una ciudad en el caos; un corte de suministro eléctrico lo trastoca todo: ni siquiera suenan nuestros despertadores. La tecnología, pues, solo se percibe si es suficientemente "nueva". Y las novedades y los cambios generan incertidumbres, alteran el 'status quo' y ponen en peligro intereses creados.

Los medios de comunicación y las tecnologías de la información han desempeñado un papel relevante en la historia humana. Como señala Moreno (1997), las dos cuestiones clave que preocupan a los historiadores de la comunicación son, en primer lugar, qué relaciones existen entre las transformaciones de los medios de comunicación y las relaciones sociales y la cultura, entendida en sentido amplio. Y en segundo lugar, qué repercusiones han tenido los medios en los procesos cognitivos humanos a corto y largo plazo. Resumiendo: les interesa averiguar cómo han afectado las tecnologías de la información al ser humano y a la sociedad. De la historia podemos extraer valiosas lecciones en estos momentos de cambio e incertidumbre.

Es este artículo me gustaría esbozar algunas de las implicaciones que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están comenzando a tener en la educación. Un enfoque habitual del tema de las nuevas tecnologías y la educación es reducirlo exclusivamente a sus aspectos didácticos, es decir, considerarlas tan sólo un medio más en el bagaje de recursos del docente sin asumir que las nuevas tecnologías están cambiando el mundo para el que educamos niños y jóvenes. Y que tal vez sea necesario redefinir nuestras prioridades como educadores.

Por otra parte, la materialización de algunas de las posibilidades que se vislumbran en las nuevas tecnologías dependerán más de decisiones políticas y de compromisos institucionales que de avances tecnológicos o de la disponibilidad de medios. Las instituciones educativas tienen una historia muy larga y un conjunto muy asentado de prácticas. A lo largo de siglos se han consolidado una serie de formas de hacer las cosas que son difíciles de cambiar a corto plazo. En terminología física, diríamos que la masa inercial de las instituciones es enorme y que se requiere una gran cantidad de energía para hacerla cambiar de dirección o acelerar su marcha.

Comprender y valorar el impacto que las tecnologías de la información y la comunicación están teniendo ya en nuestras vidas, en el marco de la sociedad actual y, sobre todo, en la del futuro, requiere no sólo acercarnos con un microscopio y escrutar detenidamente sus características y potencialidades. En ocasiones, como afirma Levinson (1990), es necesario también retroceder algunos pasos y utilizar el telescopio: tomar perspectiva para poder comprender y juzgar un fenómeno a la luz de lo que ha sucedido anteriormente. A continuación utilizaremos un telescopio bastante potente y empezaremos con algo que pasó hace ahora varios cientos de miles de años.

2. La evolución de las tecnologías de la información y la comunicación

Desde la década de los sesenta, numerosos autores han propuesto dividir la historia humana en fases o periodos caracterizados por la tecnología dominante de codificación, almacenamiento y recuperación de la información. La tesis fundamental es que tales cambios tecnológicos han dado lugar a cambios radicales en la organización del conocimiento, en las prácticas y formas de organización social y en la propia cognición humana, esencialmente en la subjetividad y la formación de la identidad. Sólo adoptando una perspectiva histórica es posible comprender las transformaciones que ya estamos viviendo en nuestro tiempo.

El primero de estos cambios radicales ocurrió hace varios cientos de miles de años, cuando "emergió el lenguaje en la evolución de los homínidos y los miembros de nuestra especie se sintieron inclinados -en respuesta a algunas presiones adaptativas cuya naturaleza es todavía objeto de vagas conjeturas- a intercambiar proposiciones con valor de verdad" (Harnad, 1991). El lenguaje oral, es decir la codificación del pensamiento mediante sonidos producidos por las cuerdas bucales y la laringe, fue, sin duda, un hecho revolucionario. Permitía la referencia a objetos no presentes y expresar los estados internos de la conciencia. El habla "proporcionó una nueva dimensión a la interacción humana. El habla convirtió el pensamiento en una mercancía social. Con el habla se hizo posible hacer pública y almacenar la cognición humana. El conocimiento de los individuos podía acumularse y el conocimiento acumulado de la sociedad era almacenado en los cerebros de los mayores... La palabra hablada proporcionó un medio a los humanos de imponer una estructura al pensamiento y transmitirlo a otros". (Bosco, 1995).

Es difícil imaginar como puede ser la vida cotidiana en una sociedad oral. No basta con pensar en nuestra sociedad sin libros, sin escritos, sin todo lo relacionado con la escritura: es otra manera de ver el mundo y de pensar. Walter Ong (1995) ha intentado dibujarnos un retrato de la psicodinámica de la oralidad en las culturas verbo motoras en base a estudios antropológicos de culturas preliterarias y a las evidencias de los primeros textos escritos, en realidad transcripciones de la tradición oral, como la Iliada y la Odisea. No tenemos tiempo para explorar en profundidad las ideas de Ong, pero imagínense una comunidad en la que la palabra no tiene una transcripción permanente, escrita. El sonido está intrínsecamente relacionado con el tiempo, la palabra existe sólo mientras es pronunciada y en la memoria de los oyentes. No es extraño que existan palabras mágicas o que los refranes transmitan el saber popular a las nuevas generaciones. Ong (1995) describe este tipo de cultura como aditiva y agregativa más que analítica, redundante, tradicionalista, centrada en la vida cotidiana, empática y participativa, más que objetivamente distanciada, homeostática y situacional, más que abstracta.

La segunda gran revolución fue producto de la creación de signos gráficos para registrar el habla. Levinson (1990) afirma que la fluidez y abstracción del habla creó la presión evolutiva necesaria para la comunicación más allá de los límites biológicos: la escritura. En todo caso, fue un proceso que duró miles de años. Los primeros signos de los que tenemos noticia datan del paleolítico superior (entre 30.000 y 10.000 años antes de nuestra era), pero fue solo 3.500 años antes de nuestra era cuando comenzaron a utilizarse para representar el habla, después de 500.000 años de cultura oral (Bosco, 1995). La palabra escrita permitió la independencia de la información del acto singular entre el hablante y el oyente, temporal y espacialmente determinado, la posibilidad de preservar para la posteridad o para los no presentes el registro de lo dicho-oido. La palabra escrita tenía, sin embargo, algunos inconvenientes: era lenta en relación a la rapidez del lenguaje hablado, su audiencia era menor, la lectura es un acto individual (a no ser que se convierta en palabra hablada) y, en definitiva, era un medio mucho menos interactivo de comunicación que el habla. La forma del discurso se adaptó a estas características. Se hizo más reflexivo, deliberado y estructurado. La escritura estabilizó, despersonalizó y objetivizó el conocimiento (Bosco, 1995). La escritura, como destaca Ong (1995), reestructuró nuestra conciencia y creó el discurso autónomo, libre de contexto, independiente del hablante/autor. La literatura y, sobre todo, la ciencia se beneficiaron de la fiabilidad y sistematización que la escritura confirió al conocimiento y al pensamiento. La posibilidad de acumular el conocimiento, de transferirlo a la posteridad o de asociarlo a un objeto mueble que podía ser reproducido y transportado hicieron de la escritura un desarrollo estratégico. La importancia de la permanencia del mensaje en el texto escrito se evidencia en episodios de las tradiciones religiosas de numerosos pueblos. No es necesario extenderse sobre las diferencias entre las religiones "con libro" (como la cristiana, la judía o la musulmana) y las "sin libro" (como las orientales). Pero la aceptación de la escritura como medio para el avance del conocimiento no fue inmediata (véanse, por ejemplo, las ideas que Platón pone en boca de Sócrates en el Fedro, y su crítica del "mayestático silencio" del texto, cinco siglos antes de nuestra era).

La difusión de la escritura no fue rápida ni generalizada (Gaur, 1990). De hecho, la escuela como institución es una consecuencia de la alfabetización. "El desarrollo de las escuelas como lugares alejados de los procesos productivos primarios de la sociedad está estrechamente conectado con el desarrollo de la escritura" (Bosco, 1995, pág. 31). Las primeras escuelas conocidas datan de 2.000 años a.c., en Sumeria. Su objetivo era enseñar la escritura cuneiforme a una clase social privilegiada, a unos "especialistas": los escribas. Un uso político-económico del lenguaje escrito que también puede hallarse en China o Egipto. En las culturas orales, el aprendizaje era fruto de la experiencia en las actividades de la vida cotidiana. La aparición de la escritura impone la descontextualización o disociación entre las actividades de enseñanza/aprendizaje y las actividades de la vida diaria. Aprender a leer y escribir requería el uso de medios extraordinarios: no era ya posible hacerlo mediante la observación y la repetición de los actos de los adultos, muchas veces en forma de juego, que eran la forma natural de socialización. La palabra, escrita y hablada, tomaba el relevo de la experiencia directa con las cosas.

La tercera revolución se debió a la aparición de la imprenta. Algunos autores la consideran un simple desarrollo de la segunda fase: a fin de cuentas el código es el mismo en la escritura manual que en la impresa. Sin embargo, la posibilidad de reproducir textos en grandes cantidades tuvo una influencia decisiva en el conjunto de transformación políticas, económicas y sociales que han configurado la modernidad y el mundo tal como es ahora. La imprenta significó la posibilidad de producir y distribuir textos en masa, restaurando en parte la interactividad del habla, perdida en el texto manuscrito (Harnad, 1991). Nuestra cultura está tan fuertemente basada en la tecnología de la imprenta que resulta superfluo extenderse en sus consecuencias. El mundo tal como lo conocemos es producto de la imprenta (Eisenstein, 1994) (si exceptuamos la influencia de los medios de masas electrónicos, como la TV, en las últimas décadas). Según Bosco (1995), la estructura del libro (lineal, dividido en capítulos, cada uno de los cuales contiene un segmento

coherente y unificado de la totalidad, su 'presencia física' y permanencia, etc.) se reproduce en la estructura de nuestro conocimiento (dividido en disciplinas cohesionadas, permanentes, acumulativas, ordenadas lógicamente, etc.) y, añadiría, de gran parte de nuestra actual pedagogía.

Es ilustrativo, a fin de calibrar la magnitud de los cambios en las vidas de las personas que introducen las revoluciones tecnológicas, echar un vistazo a cómo accedían a la información escrita los estudiantes universitarios antes de la aparición de la imprenta y compararla con nuestras actuales bibliotecas universitarias¹. Con las primeras Universidades aparecen las primeras bibliotecas universitarias, hacia el S. XII-XIII. Aunque la enseñanza se basaba en la memoria, los estudiantes y profesores disponían de bibliotecas para consultar las obras que no podían copiar por sí mismos (o hacer que se las copiaran). Las bibliotecas eran colecciones dispersas en distintas facultades, colegios, etc. con pocos libros que, en general, procedían de donaciones o legados. Tenían dos secciones, la magna, con los libros de consulta encadenados (tal era su valor) y la parva, libros que se prestaban depositando en fianza otro libro. Los horarios de consulta no eran precisamente amplios. En el S. XV la Universidad de Salamanca, por ejemplo, tenía un horario reglamentado de dos horas por la mañana y dos por la tarde. Las actitudes de los profesores hacia las primeras bibliotecas no era de entusiasmo, precisamente.

En realidad el negocio lo hacían los "estacionarios", una especie de libreros que disponían de todas las obras que se necesitaban en las universidades, debidamente aprobadas por la autoridad académica. Para ejercer su profesión tenían que depositar una fianza y trabajar bajo la supervisión directa de la Universidad. Su actividad se regulaba en las "Constituciones" y consistía en disponer de copias autorizadas de las obras, divididas en cuadernos, que prestaban a los estudiantes para que éstos los copiaran o los hicieran copiar por amanuenses y luego volvían a recuperarlos. De esta forma las copias se hacían siempre sobre un ejemplar correcto y las copias sucesivas no hacían que se desviara demasiado del contenido original. Este sistema, la "Pecia", era el más común para hacerse con la bibliografía necesaria hasta finales de la Edad Media (Febre y Martín, 1962)².

Las dificultades de acceso a la información, cuando ha estado vinculada a objetos de difícil reproducción y que viajaban a la misma velocidad que los medios de transporte, han modelado nuestras conductas y nuestras instituciones. La imprenta contribuyó a una auténtica revolución en la difusión del conocimiento y de las ideas y, por tanto, en la evolución de nuestros sistemas políticos, la religión, la economía y prácticamente todos los aspectos de nuestra sociedad. Aprender a leer y a escribir es, todavía, el más importante aprendizaje que se realiza en la escuela. Es la puerta de acceso a la cultura y a la vida social. Pero, en la actualidad, estamos viviendo una cuarta revolución.

La cuarta revolución, en la que está inmersa nuestra generación, es la de los medios electrónicos y la digitalización, un nuevo código más abstracto y artificial (necesitamos aparatos para producirlo y descifrarlo) de representación de la información cuyas consecuencias ya hemos comenzando a experimentar. Bosco (1995) sitúa el origen de esta nueva etapa en una fecha concreta: el 24 de mayo de 1844, cuando Samuel Morse envió el primer mensaje por telégrafo. Por primera vez (si exceptuamos algunos intentos de telégrafos semaforicos), la información viajaba más rápido que su portador. Hasta ese momento, había permanecido atada a los objetos sobre los que se codificaba. Ahora viajaba a la velocidad de la luz, infinitamente más rápido que los trenes al lado de cuyas vías se hicieron los tendidos de los postes telegráficos.

Los cambios ligados a esta cuarta revolución se están produciendo en este mismo momento y, además, dependen de numerosos factores sociales y económicos, no sólo tecnológicos. Las perspectivas varían desde los más optimistas, que ven las nuevas tecnologías como una posibilidad de redención de todos los males (véase Negroponte, 1995; Toffler, 1996; o Gates, 1995, por ejemplo), hasta quién sólo ve amenazas y nubarrones (véase Roszak, 1986; Bloom, 1989; Postman, 1994 o Stoll 1996). De hecho, el panorama que hemos presentado en esta

sección es, a todas luces, una simplificación excesiva de la compleja historia de la comunicación humana. La relación entre oralidad y alfabetización y los efectos sociales y cognitivos de la escritura son objeto de controversia entre los especialistas (Olson y Torrance, 1991; Olson, 1994, por ejemplo). El objeto de dicha simplificación ha sido destacar la importancia de la digitalización de la cultura y del momento que vivimos y alertar al lector para que pueda detectar los cambios, en ocasiones sutiles, que se están produciendo en todas las esferas de nuestras vidas.

Sin embargo, la mayoría de las explicaciones sobre la evolución de las tecnologías de la información (como la que se ha propuesto más arriba) padecen un fuerte determinismo tecnológico. Es decir, con frecuencia olvidamos que una tecnología no sólo tiene implicaciones sociales, sino que también es producto de las condiciones sociales y, sobre todo, económicas de una época y país. El contexto histórico es un factor fundamental para explicar su éxito o fracaso frente a tecnologías rivales y las condiciones de su generalización. La sociedad actúa como propulsor decisivo no sólo de la innovación sino de la difusión y generalización de la tecnología (Breton y Proulx, 1990). Como afirma Manuel Castells, "el cambio tecnológico tan sólo puede ser comprendido en el contexto de la estructura social dentro de la cual ocurre" (Castells, 1995). ¿Por qué muchas de las primeras tablillas de arcilla con escritura cuneiforme eran inventarios de almacén? ¿Por qué la imprenta no se desarrolló en la China si ya se conocían las tecnologías que están en su base, incluyendo el papel, la prensa y los tipos móviles, antes que en occidente? ¿Por qué los primeros libros impresos fueron de temática religiosa y conjuntos de tablas para cálculos comerciales? De todos los modelos de televisión posibles, ¿por qué tenemos la que tenemos? La explicación a todas estas cuestiones sólo puede hallarse en los contextos sociales, políticos y económicos en los que se crearon y desarrollaron como innovaciones. No olvidemos, por ejemplo, que la imprenta nació como un negocio (Eisentein, 1994). Lo que está pasando ahora mismo en la Internet, la explosión de contenidos comerciales o las batallas por controlar el mercado del software, no son precisamente un producto de la tecnología. Las características de los protocolos de comunicación utilizados en la Internet son una creación humana deudora de las necesidades percibidas por los investigadores y las instituciones que financian e impulsan la investigación. Así, nos encontramos en un periodo en el que el uso comercial de las redes informáticas está propiciando la investigación en aspectos antes poco relevantes como la seguridad en las transacciones electrónicas, el dinero electrónico, los micropagos, la banca electrónica, etc. Pero de todos estos desarrollos pueden obtenerse otros beneficios, del mismo modo que una red informática descentralizada, creada para soportar un ataque nuclear, se ha mostrado sumamente resistente a los intentos de censura y control ideológico de los gobiernos cuando ha pasado a las manos de los ciudadanos.

En resumen, todos estos avances tecnológicos tienen lugar dentro de un determinado marco socioeconómico que hace posible no solo su desarrollo en los centros de investigación y Universidades, sino también su transferencia a la sociedad y su aplicación a la producción. La revolución tecnológica en los medios, canales y soportes de la información que se está produciendo ante nuestros ojos se puede englobar en un conjunto más amplio de cambios en la estructura productiva de nuestra sociedad. Un término define este conjunto de transformaciones: la sociedad de la información.

3. Algunas repercusiones de las nuevas tecnologías

Las consecuencias de todos estos avances las estamos viviendo día a día. Sólo destacaremos brevemente algunas, para centrarnos a continuación, en sus repercusiones educativas.

Los medios electrónicos e impresos han producido una auténtica explosión en la cantidad de información que nos llega a las personas. Un fenómeno que no es nuevo: recordemos las razones que llevaron a Vannevar Bush a diseñar su "Memex", el concepto matriz de los hipertextos actuales, en la década de los cuarenta (Bush, 1945; Nyce y Kahn, 1991), pero que en las últimas décadas

está tornándose más acusado si cabe. Se calcula que, al principio de la historia humana, costaba de 10.000 a 100.000 años doblar el conocimiento humano. Hoy cuesta menos de 15 años. En algunos campos, cada pocos años se hace necesario revisar las acreditaciones académicas (Bartolomé, 1996): una persona que no haya estudiado lo producido en los últimos años no está ya capacitada para desempeñar su profesión. Cualquier profesional que quiera mantenerse al día sobre el desarrollo de su disciplina sabe las horas que debe dedicar al estudio y a la puesta al día.

Un efecto asociado a esta explosión, fácilmente constatable, es el aumento del ruido en la comunicación. Hoy tenemos mucha información (o pseudoinformación) , pero, ¿estamos mejor informados? El problema ya no es conseguir información, sino seleccionar la relevante entre la inmensa cantidad que nos bombardea y evitar la saturación y la consiguiente sobrecarga cognitiva. Algunos autores han sugerido que los medios electrónicos de masas han transformado nuestra forma de percibir la realidad. Entre sus efectos: la disminución y dispersión de la atención, una cultura "mosaico", sin profundidad, la falta de estructuración, la superficialidad, la estandarización de los mensajes, la información como espectáculo, etc. Los nuevos lenguajes audiovisuales han dado lugar a una cultura de la imagen en movimiento para la que, por ejemplo, la escuela, una institución primordialmente oral-libresca, no nos prepara. Peor aún, los medios de comunicación de masas han creado lo que se ha denominado una "industria de la conciencia", una recreación mediatizada y manipulada de la realidad, al servicio de los intereses que controlan dichos medios y que ha sustituido en gran medida a la realidad real.

Por otra parte, es habitual la confusión entre información y conocimiento. El conocimiento implica información interiorizada y adecuadamente integrada en las estructuras cognitivas de un sujeto. Es algo personal e intransferible: no podemos transmitir conocimientos, sólo información, que puede (o no) ser convertida en conocimiento por el receptor, en función de diversos factores (los conocimientos previos del sujeto, la adecuación de la información, su estructuración, etc.).

La educación debe dar una respuesta a estos problemas. La institución escolar, que nació, entre otras cosas, para proporcionar información, compite ahora con fuentes de una increíble credibilidad (valga la expresión) como la TV, cuyo objetivo no es, evidentemente, ni formar, ni informar verazmente, ni educar sino más bien capturar audiencias masivas y venderlas a los anunciantes o, simplemente, ganar dinero. Los medios de comunicación y las redes informáticas han sido calificados acertadamente de "profesores salvajes" (Comisión Europea, 1995, pág. 29) y su influencia es enorme, sobre todo si tenemos en cuenta que la TV es la tercera actividad en tiempo empleado, tras el trabajo y el sueño, de la mayoría de los habitantes de los países occidentales.

Una segunda consecuencia de la ampliación de nuestra capacidad para codificar, almacenar, procesar y transmitir todo tipo de información es la transformación radical de dos condicionantes fundamentales en la comunicación: el espacio y el tiempo. Ambas están muy relacionadas. No en vano nuestros abuelos utilizaban unidades de tiempo para expresar distancias y superficies: el tiempo necesario para recorrerlas a pie o a caballo o para ararlas. Las nuevas tecnologías han desmaterializado, deslocalizado y globalizado la información. Al situarla en el "ciberespacio" (esa 'alucinación consensual formada por todos los bancos de datos de todos los ordenadores del mundo interconectados entre sí', parafraseando la definición del novelista William Gibson (1989)) la han liberado de las características de los objetos culturales tradicionales (objetos muebles como el libro, el cuadro o la fotografía), que la sustentaban y cuya materialidad nos limitaba fuertemente, y han eliminado los tiempos de espera para que el mensaje llegue del emisor al receptor. Como sostiene Negroponte (1995), hemos pasado de una cultura basada en el átomo a una cultura basada en el bit. Y mover átomos es caro y lento, mover bits es rápido y barato. Las implicaciones de este cambio son enormes ya que las coordenadas espacio-temporales son el marco de toda actividad humana. Las redes informáticas eliminan la necesidad de los participantes en una actividad de coincidir en el espacio y en el tiempo. Y este hecho desafía la manera en la que

hemos hecho la mayor parte de las cosas durante muchos años. Una empresa, una universidad, un Parlamento o una sesión de cine se basan en la necesidad de unir a un grupo de personas en un tiempo y un espacio comunes para realizar actividades en las que interactúan entre sí. Esto no significa que todo lo que hacen las personas en estos entornos pueda realizarse a distancia, pero muchas de nuestras actuales formas de hacer las cosas datan de cuando la manera más rápida de hacer llegar la información de un lugar a otro era llevarla galopando a caballo.

Sin embargo, pese a que las sucesivas revoluciones tecnológicas parecen haber alejado al ser humano (y sus herramientas y medios de comunicación) de la biología y de la naturaleza, algunos autores destacan el carácter nuevamente "natural" de los medios digitales. Levinson (1990), por ejemplo, explica la evolución de las tecnologías de la comunicación como una sucesión de tres estadios:

1. En el primero, nuestra especie se encuentra en un entorno comunicativo en el que todas las características del mundo natural percibido están presentes, pero en el que la comunicación está limitada por los límites biológicos de la vista, el oído y de la memoria.
2. Para superar dichos límites biológicos, el ser humano desarrolla nuevas tecnologías (i.e., la escritura, que preserva el saber más allá de las limitaciones de la memoria o permite transmitir a distancia el pensamiento). El precio es la renuncia al entorno de comunicaciones natural, de los sentidos, pretecnológico (i.e., el "silencio" del texto, del que se quejaba Sócrates, o la falta de interactividad del libro, por emplear la terminología moderna).
3. Los nuevos medios electrónicos (analógicos primero y posteriormente digitales) no sólo extienden nuestras posibilidades de comunicación más allá de nuestros límites biológicos, sino que recuperan elementos y características de la etapa pretecnológica anterior a la escritura (i.e. interactividad entre emisor y receptor, tiempo real, uso directo de los sentidos, etc.). La realidad hoy en día es experimentada vicariamente en cualquier lugar, en el mismo momento que sucede en la otra parte del planeta o es registrada para la posteridad. El uso de artefactos, curiosamente, nos ha devuelto los sentidos en la comunicación humana. El teléfono nos devolvió la conversación y eliminó gran parte de la correspondencia personal. La TV nos volvió a hacer testigos directos de los acontecimientos (testigos pasivos, por otra parte). Las nuevas tecnologías de la información, según Levinson (1990) y al contrario de lo que señalan muchos críticos, no están haciendo el mundo más artificial, sino, en el sentido indicado, más "natural". Evidentemente, es sólo una manera de verlo. Los interfases de usuario no son, ni mucho menos, naturales. La mediación del artefacto no es un proceso transparente. Tiene sus propios condicionantes, que debemos conocer si queremos emplearlas satisfactoriamente. Toda una escuela de pensamiento, la iniciada por McLuhan, cifra en el medio los determinantes fundamentales de la comunicación (¿recuerdan aquello de "El medio es el mensaje"?).

Una tercera característica de las nuevas tecnologías de la información que tiene enorme importancia, especialmente en educación, es la interactividad (Bartolomé, 1995), es decir, la posibilidad de que emisor y receptor permuten sus respectivos roles e intercambien mensajes. Los medios de comunicación de masas, los periódicos, la radio y la televisión, definen los papeles de los participantes de modo estático: por un lado el productor/distribuidor de la información y por el otro el receptor/consumidor de la información. Unos pocos emisores centralizados, que precisan recursos muy costosos, difunden mensajes estandarizados a una masa de receptores/consumidores pasivos y dispersos. Los nuevos medios se caracterizan por todo lo contrario: no existe un centro y una periferia, un emisor y una masa de espectadores. La inteligencia de las nuevas redes de comunicación está distribuida entre los nodos y pasar de la comunicación persona a persona a la comunicación de masas es sumamente sencillo. De hecho, la masa indiferenciada, creada por los medios de comunicación tradicionales, está desapareciendo

para dar paso a grupos de interés e individuos que interactúan entre sí, formando comunidades virtuales, y que no sólo consumen información, sino que también la producen y distribuyen.

Las redes informáticas como la Internet, el campo de pruebas de los nuevos medios, son ejemplo de esta forma de interrelación. Permiten que sus usuarios participen de nuevas formas de interacción social. La estandarización de los mensajes ya no es una imposición de la estructura del medio. Incluso estamos asistiendo a una evolución de los medios tradicionales de masas ligada a las posibilidades de la digitalización y la ampliación del ancho de banda: televisión a la carta, video bajo demanda, "pay-per-view", periódicos personalizados ("Daily Me"), etc. La masa amorfa e indivisa de consumidores se desgaja en grupos que forman audiencias especializadas y que buscan activamente la información que les interesa.

Pero los nuevos medios van más allá. En la sociedad de la información, el espacio y el tiempo ya no son condicionantes de la interacción social, del mismo modo que las fronteras y los límites nacionales no representan barreras para la circulación del capital, de la información, de los mercados, incluso el de trabajo, o las relaciones interpersonales. Un ejemplo de estas nuevas formas de interacción son las comunidades virtuales: grupos de personas que comparten un interés y que utilizan las redes informáticas como canal de comunicación barato y cómodo entre individuos espacialmente dispersos y temporalmente no sincronizados. Este rasgo, la interactividad, junto con la deslocalización, define más que cualquier otro las nuevas tecnologías de la información y posee implicaciones cruciales en todos los ámbitos de nuestra experiencia. Por ejemplo, y este tema será tratado más adelante, la Internet puede soportar modelos tradicionales de educación a distancia (cuando digo tradicionales, me refiero a "pedagógicamente tradicionales"), pero están emergiendo nuevos entornos de enseñanza/aprendizaje basados no sólo en formas de comunicación en tiempo real (videoconferencia, por ejemplo), sino también en técnicas didácticas de aprendizaje cooperativo y colaborativo (Salinas, 1995), sustentadas por la capacidad interactiva de la comunicación mediada por ordenador. Estos entornos rompen la unidad de tiempo, espacio y actividad de la enseñanza presencial, creando "aulas virtuales", esto es, espacios para la actividad docente/discente soportados por las facilidades de un sistema de comunicación mediada por ordenador. Es evidente que la mayoría de nuestros conocimientos sobre cómo enseñar provienen de entornos tradicionales y que, en muchos casos, no servirán en estos nuevos espacios.

4. Hacia la sociedad del aprendizaje

La educación es un sector tradicionalmente poco dado a novedades y cambios. Seymour Papert nos ofrece una historieta que ilustra los diferentes ritmos de cambio en educación y en la profesión médica:

Imagínense, dice Papert (1993, págs. 1-2), un grupo de viajeros del tiempo del siglo pasado, entre ellos un grupo de cirujanos y otro de maestros, que aparecieran en nuestros días para ver cómo habían cambiado las cosas en sus respectivas profesiones en cien o más años. Piensen en el "shock" del grupo de cirujanos asistiendo a una operación en un quirófano moderno. Sin duda podrían reconocer los órganos humanos pero les sería muy difícil imaginar qué se proponían hacer los cirujanos actuales con el paciente, los rituales de la antisepsia o las pantallas electrónicas o las luces parpadeantes y los sonidos que producen los aparatos presentes. Los maestros viajeros del tiempo, por el contrario, sólo se sorprenderían por algunos objetos extraños de las escuelas modernas, notarían que algunas técnicas básicas habían cambiado (y probablemente no se podrían de acuerdo entre ellos sobre si era para mejor o para peor) pero comprenderían perfectamente lo que se estaba intentando hacer en la clase y, al cabo de poco tiempo, podrían fácilmente seguir ellos mismos impartíendola.

La moraleja del cuento es evidente: el sistema educativo no es precisamente un ambiente en el que la tecnología tenga un papel relevante para las tareas que allí se realizan. Es más, sus practicantes, tradicionalmente y salvo honrosas excepciones, se han mostrado bastante reacios a incorporar novedades en su estilo de hacer las cosas. Sin embargo, la actual revolución tecnológica afectará a la educación formal de múltiples formas. Así lo señalan los diversos documentos, estudios, congresos, etc. auspiciados por la Unión Europea sobre la sociedad de la información. En casi todos ellos se destaca un hecho importante: la sociedad de la información será la sociedad del conocimiento y del aprendizaje.

Por ejemplo, en el "Libro blanco sobre la educación y la formación" (Comisión Europea, 1995) se afirma taxativamente que la sociedad del futuro será una sociedad del conocimiento y que, en dicha sociedad, "la educación y la formación serán, más que nunca, los principales vectores de identificación, pertenencia y promoción social. A través de la educación y la formación, adquiridas en el sistema educativo institucional, en la empresa, o de una manera más informal, los individuos serán dueños de su destino y garantizarán su desarrollo" (Comisión Europea, 1995, pág., 16).

Por su parte, un grupo de expertos reunidos por la Unión Europea ha elaborado unas primeras reflexiones sobre la sociedad de la información (Soete, 1996). En ellas se considera a la sociedad de la información como una sociedad del aprendizaje ('learning'), y de aprendizaje a lo largo de toda la vida ('life-long learning').

En el primer informe anual del Foro de la Sociedad de la Información a la Comisión Europea (Foro de la Sociedad de la Información, 1996) se afirma "El cambio [hacia la sociedad de la información] se produce a una velocidad tal que la persona sólo podrá adaptarse si la sociedad de la información se convierte en la 'sociedad del aprendizaje permanente'".

Hay varias ideas fundamentales sobre el papel de las nuevas tecnologías en la educación de la sociedad de la información que es necesario destacar.

El ritmo del cambio: aprendizaje a lo largo de toda la vida y cultura general

En primer lugar, el ritmo de cambio de nuestra sociedad es tan rápido que los sistemas de formación inicial no pueden dar respuesta a todas las necesidades presentes y futuras de la sociedad. Hace años que somos conscientes de que la formación debe prolongarse durante toda la vida y que el reciclaje y la formación continuada son elementos clave en una sociedad desarrollada y moderna. Sin embargo, los importantes cambios que las nuevas tecnologías están introduciendo en los puestos de trabajo han hecho este principio mucho más evidente que antes. Se están creando nuevos sectores productivos relacionados con dichas tecnologías, otros se transforman por la introducción de nuevas formas de organización y, finalmente, es posible que desaparezcan muchos puestos de trabajo como subproducto de la revolución tecnológica. Por eso, en la sociedad de la información deberán crearse los mecanismos necesarios para que dicha formación continuada alcance a la gran cantidad de personas que, presumiblemente, van a necesitar nuevos conocimientos, habilidades y destrezas. En este punto, las nuevas tecnologías tienen un papel relevante, no solo como contenido de la formación, sino como medio para hacer llegar dicha formación a sus destinatarios.

El Libro Blanco sobre la educación y la formación de la Comisión Europea (1995), ante los nuevos retos de la sociedad de la información, la mundialización y la civilización científica y tecnológica, propone una primera respuesta centrada en la cultura general como base de futuras especializaciones y aprendizajes y como "instrumento de comprensión del mundo al margen de los marcos de enseñanza" (pág. 28).

"La cultura literaria y filosófica [...] permite discernir, desarrolla el sentido crítico del individuo, incluido contra la ideología dominante y puede proteger mejor al individuo contra la manipulación permitiéndole descifrar la información que recibe". (ibid, pág. 29).

La segunda respuesta general es "desarrollar la aptitud para el empleo y la actividad", para ello se propone acercar las instituciones formativas a la empresa y el mundo del trabajo.

Uno de los peligros de la sociedad de la información que destacan los expertos es el hecho de dejar el desarrollo de las acciones formativas a la iniciativa privada y a las leyes del mercado. No existe ninguna garantía de que sin intervención de los poderes públicos se proporcione la necesaria formación a los grupos que más la necesitan, sólo a quien pueda pagarla. En diversos informes se habla del peligro de una nueva fuente de discriminación, de una división entre "inforicos" e "infopobres". Nuestra sociedad considera la información una mercancía más, sujeta a las leyes del mercado. Los poderes públicos deben garantizar el acceso de todos a la información y a la formación necesarias para ser unos ciudadanos críticos y responsables. Ya poseemos un conjunto de ideas sobre el papel de la escuela pública como elemento fundamental en la garantía del derecho a la educación y a una educación democrática. Parece evidente que el acceso a la formación a través de las nuevas tecnologías debe ser objeto de un tratamiento similar. Los países más avanzados están realizando esfuerzos importantes a fin de alfabetizar a los niños y jóvenes en estas herramientas, porque consideran que ya son un factor clave para su capacitación profesional, su desarrollo personal y, en conjunto, para la economía y el futuro del país.

Nuevos entornos de enseñanza/aprendizaje.

Un segundo aspecto, relacionado directamente con el anterior, hace referencia a la ampliación de los escenarios educativos (Adell, en prensa). La formación y el reciclaje, en tanto que elementos estratégicos para la competitividad, estarán cada vez más presentes en la vida laboral de los trabajadores. La formación en el puesto de trabajo o en el hogar (que será también el centro de trabajo para muchas personas) se combinarán con la recibida en las instituciones tradicionales. Estos escenarios plantean desafíos técnicos y pedagógicos a los que los profesionales deberemos responder. En primer lugar, los roles de profesores, alumnos y personal de apoyo deben adaptarse a los nuevos entornos. No solo se trata de adquirir conocimientos generales sobre como usar los nuevos medios, sino también de las implicaciones de dichos tipos de comunicación en los procesos de enseñanza/aprendizaje. Los estudiantes deberán adoptar un papel mucho más activo, protagonizando su formación en un ambiente muy rico en información.

Las nuevas tecnologías no sólo van a incorporarse a la formación como contenidos a aprender o como destrezas a adquirir. Serán utilizadas de modo creciente como medio de comunicación al servicio de la formación, es decir, como entornos a través de los cuales tendrán lugar procesos de enseñanza/aprendizaje. Como señala Martínez (1996, pág 111), "en los procesos de enseñanza/aprendizaje, como prácticamente en la totalidad de los procesos de comunicación, pueden darse diferentes situaciones espacio-temporales, tanto en la relación profesor-alumno, como en relación a los contenidos". Las aulas virtuales, la educación en línea, a través de redes informáticas, es una forma emergente de proporcionar conocimientos y habilidades a amplios sectores de la población. Los sistemas asíncronos de comunicación mediada por ordenador proporcionarán la flexibilidad temporal necesaria a las actividades para que puedan acceder a la formación aquellas personas con dificultades para asistir regularmente a las instituciones educativas presenciales debido a sus obligaciones laborales, familiares o personales. La desaparición del espacio físico en estas nuevas modalidades de formación creará un mercado global en el que las instituciones educativas tradicionales competirán entre sí y con nuevas iniciativas formativas públicas y privadas.

Los más entusiastas de los nuevos medios han anunciado el fin del aula como unidad de acción espacio-temporal única en educación y el fin de las instituciones educativas actuales. Perelman (1992; s.f.), por ejemplo, ha propuesto dedicar los fondos de la educación pública al desarrollo de recursos tecnológicos para el aprendizaje y acelerar la muerte (natural) de la escuela, una institución, a su juicio, completamente obsoleta. La línea de su argumentación destaca que el aprendizaje, antes un proceso distintivamente humano, es ahora un proceso transhumano en el que participan "cerebros" artificiales, redes neuronales y sistemas expertos, que, entrenados por el conocimiento humano, interactúan con los alumnos proporcionando conocimientos "just-in-time". El aprendizaje no es ya una actividad confinada a las paredes del aula, sino que penetra todas las actividades sociales (trabajo, entretenimiento, vida hogareña, etc.) y, por tanto, todos los tiempos en los que dividimos nuestro día. No se trata de una tarea infantil de preparación para la vida adulta y el trabajo: en realidad es una parte cada día más importante de muchos puestos de trabajo y profesiones. Las antiguas categorías ("escuelas", "universidades", "bibliotecas" "profesores", "estudiantes") dejan de tener sentido en la sociedad del "hiperaprendizaje", un "universo de nuevas tecnologías que poseen e incrementan la inteligencia" (Perelman, 1995, pág. 23), en la que el aprendizaje está en todas partes y para todo el mundo. Los edificios escolares deberían ser sustituidos rápidamente por canales de "hiperaprendizaje" ya que la pericia está más en la red y menos en la persona y el aprendizaje se extiende a todo el ciclo vital. Perelman afirma que invertir en el sistema educativo actual es como si a principios de siglo hubiéramos pretendido mejorar las razas equinas para competir con los vehículos a motor. Hay momentos en que es necesario hacer cambios radicales y este es uno de ellos. Las nuevas tecnologías no sólo están creando sus propios nichos, sino que harán desaparecer sectores enteros, como ocurre en condiciones de libre mercado. La propuesta de Perelman es ayudar a que ocurra de modo rápido, eliminando las "muletas" a la institución educativa (que califica, no se asusten, como una "granja colectivista").

La visión de Perelman es un ejemplo maximalista del discurso sobre la educación y las nuevas tecnologías que se está incubando en el seno de algunos círculos neoliberales norteamericanos. No es necesario que dediquemos mucho tiempo a la crítica de este tipo de discurso reduccionista, en el que educación se asimila a acceso a la información, en el que se confunde "información" con "conocimiento". Un discurso más influenciado por consideraciones económicas que educativas. Sin embargo, el peligro de que las nuevas tecnologías se empleen en la educación de masas para sustituir formas tradicionales (y más caras) de formación es real y se basa sobre todo en argumentos de tipo económico, no sobre la calidad del resultado. La visión "postindustrial", de un proceso actualmente casi "artesanal" como la educación, no se ha demostrado que aporte otras ventajas que bajar los costes. Desde luego, pese a la "deslocalización de la información" no se muestra cómo se democratiza el acceso a una formación de calidad.

Además de discursos neoliberales extremos, orientados a la venta de libros y a llenar las salas de conferencias, existen planteamientos más serios. Bosco (1995), por ejemplo, también ha destacado la importancia de los efectos de la "deslocalización" del conocimiento y, por ende, del aprendizaje: las escuelas no son el único lugar en el que aprenden los niños. Las nuevas tecnologías han reavivado el interés por el "aprendizaje natural", tal como es caracterizado por autores como Dewey, Papert o Schank, y por utilizar la tecnología para promoverlo con un menor compromiso para con el lugar en el que se produce o cómo se conforma a las expectativas de la institución educativa. El papel de las escuelas está cambiando y las nuevas tecnologías pueden "contextualizar" el aprendizaje, convirtiéndolo en parte de la vida cotidiana. Esta "desinstitucionalización" de la educación se une, a juicio de Bosco, a la creciente desconfianza de las personas con el papel de las instituciones públicas, derivada de la crisis del estado del bienestar. Bosco no habla de la desaparición de la escuela pública, sino de la creación de nuevos entornos de aprendizaje:

"El desafío es utilizar la tecnología de la información para crear en nuestras escuelas un entorno que propicie el desarrollo de individuos que tengan la capacidad y la inclinación para utilizar los vastos recursos de la tecnología de la información en su propio y continuado crecimiento intelectual y expansión de habilidades. Las escuelas deben convertirse en lugares donde sea normal ver niños comprometidos en su propio aprendizaje." (Bosco, 1995, pág. 51).

Esta transformación choca frontalmente con una serie de concepciones y creencias fuertemente establecidas sobre la escuela y la escolarización. Las nuevas tecnologías están promoviendo una nueva visión del conocimiento y del aprendizaje (Bartolomé, 1996). Incluidos en este cambio están, sin duda, los roles desempeñados por las instituciones y por los participantes en el proceso de enseñanza/aprendizaje, la dinámica de creación y diseminación del conocimiento y muchas de las prioridades de nuestros actuales currícula.

Nuevos roles para las instituciones educativas

La deslocalización de la información y la disponibilidad de nuevos canales de comunicación tendrá efectos notables en las instituciones educativas superiores tradicionales. El más evidente es la globalización de algunos mercados educativos. Es posible que, en breve, muchas instituciones compitan en un renovado mercado de formación a distancia a través de las redes telemáticas. La perspectiva tradicional de la educación a distancia está cambiando a pasos agigantados. Las redes no sólo servirán como vehículo para hacer llegar a los estudiantes materiales de autoestudio (sustituyendo al cartero), sino para crear un entorno fluido y multimediático de comunicaciones entre profesores y alumnos (telementorazgo y teletutoría) y, tal vez lo más necesario en la actualidad, entre los propios alumnos (aprendizaje colaborativo). Clases a través de videoconferencia, entornos de trabajo en grupo, distribución por línea de materiales multimedia, etc. serán habituales en la educación a distancia. Aplicaciones de este tipo ya funcionan en laboratorios y experiencias piloto. Ahora sólo es necesario que las infraestructuras de comunicaciones lo permitan de modo generalizado.

Las instituciones que ofrecen formación presencial están comenzando a utilizar las nuevas tecnologías como recurso didáctico y como herramienta para flexibilizar los entornos de enseñanza/aprendizaje. No es descabellado pensar en programas mixtos, en los que los estudiantes asisten a unas pocas clases y siguen formándose en sus casas o puestos de trabajo a través de los recursos por línea de la institución, accediendo a sus profesores cuando lo necesiten. Este grado de flexibilidad permitirá que muchas personas con obligaciones familiares o laborales puedan seguir formándose a lo largo de sus vidas.

Esta nueva visión está propiciando la aparición de nuevos tipos de instituciones educativas. Un par de ejemplos servirán para ilustrar las posibilidades que ofrecen.

El primero es cercano: la Universitat Oberta de Catalunya³. Una institución de educación superior a distancia que emplea la telemática como elemento clave no solo en la distribución de materiales de estudio (junto con métodos y materiales tradicionales como el texto o el video) sino como entorno de comunicación entre profesores y estudiantes y entre los propios estudiantes. Una de las características de la formación a distancia es la sensación de aislamiento de los estudiantes, que no disponen de las facilidades de un campus clásico. LA UOC ha creado un campus virtual en el que cualquier persona "tienen acceso no sólo a posibilidades de formación sino también a toda clase de servicios académicos y no académicos propios de un campus universitario" (Ferraté, Alsinay y Pedró, 1997, pág. 238). La red telemática posibilita la comunicación entre profesores y estudiantes, entre los propios estudiantes, de modo síncrono o asíncrono, y el acceso a recursos de otras instituciones, centros y servicios de modo global.

Otro ejemplo, este más radical, del tipo de instituciones educativas que pueden aparecer con las nuevas tecnologías como entorno de enseñanza/aprendizaje es proyecto de la Western Governors University⁴. Una universidad fundada por los gobernadores de 18 estados del oeste de los Estados Unidos y que no sólo no tendrá campus físico, sino que no tendrá ni siquiera profesores propios: contratará la formación a distancia a otras instituciones y/o empresas, así como los servicios de evaluación y certificación de los conocimientos.

La idea de sustituir aulas y laboratorios por entornos virtuales tiene implicaciones bastante radicales para las instituciones educativas. Graves (1997) ha señalado que puede utilizarse la tecnología para desagregar y desintermediar los servicios que prestan las universidades y recombinar los componentes resultantes en "servicios más flexibles que pueden competir en un 'libre mercado' educativo" (Graves, 1997, pág. 97). Graves no solo propone el uso de la Internet y las nuevas tecnologías sino la desagregación de diversos servicios: la instrucción y la formación de la evaluación y los títulos, los costes de la instrucción y el currículum (los ingresos derivados de los programas graduados financian los de doctorado, minoritarios, especializados y deficitarios), los diferentes roles de los profesores (instructor, consejero, evaluador, etc.) y los papeles de "formación de masas" de los requerimientos de excelencia docente e investigadora que se exige a los centros educativos superiores. Graves aboga por la desaparición de las clases presenciales como sistema básico de enseñanza/aprendizaje y su sustitución por el autoestudio y la "intervención estilo Oxbridge 'just-in-time'".

El concepto de Graves se resume en una idea: la meta-universidad. El papel de esta institución sería la de 'brokers' (públicos o privados) de servicios educativos, orientados por un control de calidad, capaces de ofrecer certificaciones 'agregando' módulos de formación de muchas fuentes diferentes. La meta-universidad proporcionaría información a sus estudiantes sobre distintas posibilidades de formación a distancia o mixta presencial/a distancia, de calidad contrastada, autentificaría las transacciones entre los estudiantes y los proveedores de formación y mantendría un registro de la formación adquirida por los estudiantes a fin de que éstos pudieran lograr la certificación de sus conocimientos, bien a través de la propia meta-universidad o de organismos especializados participantes.

Nuevos roles para docentes y discentes

Los nuevos entornos de enseñanza/aprendizaje exigen nuevos roles en profesores y estudiantes. La perspectiva tradicional en educación superior, por ejemplo, del profesor como única fuente de información y sabiduría y de los estudiantes como receptores pasivos debe dar paso a papeles bastante diferentes. La información y el conocimiento que se puede conseguir en las redes informáticas en la actualidad es ingente. Cualquier estudiante universitario, utilizando la Internet, puede conseguir información de la que su profesor tardará meses en disponer por los canales tradicionales. La misión del profesor en entornos ricos en información es la de facilitador, la de guía y consejero sobre fuentes apropiadas de información, la de creador de hábitos y destrezas en la búsqueda, selección y tratamiento de la información. En estos entornos, la experiencia, la meta-información, los "trucos del oficio", etc. son más importantes que la propia información, accesible por otros medios más eficientes. Los estudiantes, por su parte, deben adoptar un papel mucho más importante en su formación, no sólo como meros receptores pasivos de lo generado por el profesor, sino como agentes activos en la búsqueda, selección, procesamiento y asimilación de la información.

Por otra parte, los nuevos canales abren un frente en los conocimientos y destrezas del profesor. Debe utilizarlos y ayudar a utilizarlos a sus estudiantes, como una herramienta al servicio de su propia autoformación. De hecho, cada vez en más Universidades, los profesores atienden sus tutorías también por correo electrónico, tienen páginas web con los programas de sus asignaturas

y las lecturas recomendadas (si están disponibles en formato electrónico) y utilizan los nuevos canales como medio de comunicación y para reforzar la interacción del grupo de estudiantes entre sí (por ejemplo, a través de experiencias formativas en las que participan estudiantes y profesores de diversas universidades). Las telecomunicaciones abren posibilidades metodológicas y didácticas insospechadas. Los estudiantes de una institución pueden acceder a través de las redes a datos, publicaciones, actas de congresos y simposios, etc. pero también comunicarse con profesores y expertos de otras instituciones, con los que intercambiar ideas y opiniones.

Sin embargo, las formas tradicionales de enseñanza (la "lectio") han resistido perfectamente los embates de la imprenta y la fotocopidora. No sería extraño que resistieran también a las redes informáticas y los multimedia. No se trata ahora de condenar completamente una metodología de enseñanza que tiene sus virtualidades, se trata de ampliar el tipo de experiencias formativas de los estudiantes utilizando medios que van a encontrar por todas partes en su vida profesional y que forman parte de la cultura tecnológica que lo impregna todo.

Nuevos materiales de enseñanza/aprendizaje

La digitalización y los nuevos soportes electrónicos están dando lugar a nuevas formas de almacenar y presentar la información. Los tutoriales multimedia, las bases de datos en línea, las bibliotecas electrónicas, los hipertextos distribuidos, etc. son nuevas maneras de presentar y acceder al conocimiento que superan en determinados contextos las formas tradicionales de la explicación oral, la pizarra, los apuntes y el manual. No es necesario explicar las bondades de las simulaciones de procesos, la representación gráfica, la integración de texto, imagen y sonido o de la navegación hipertextual. En el futuro, este tipo de soportes serán utilizados de modo creciente en todos los niveles educativos.

Las herramientas de autor permitirán que los profesores, además de utilizar materiales comerciales, desarrollen ellos mismos sus propios materiales, adaptados al contexto de sus estudiantes. Un ejemplo del proceso que estamos viviendo es cómo se están transformando las bibliotecas universitarias. De simples depósitos de libros y revistas con salas de lectura anexas, están pasando a ofrecer múltiples fuentes de información electrónica. El primer paso fue la adquisición de bases de datos en CD ROM, un soporte material para la información que hace que los bibliotecarios más tradicionales, acostumbrados a "manejar" objetos, sintieran escasamente amenazados sus puestos de trabajo. A fin de cuentas, a los CD ROM también se les pueden pegar tejuelos. Ahora, sin embargo, el paradigma de la biblioteca electrónica o "biblioteca sin muros", en la que las fuentes de información están en formato electrónico y almacenadas en dispositivos accesibles en cualquier lugar de la red informática, se ha impuesto. Los usuarios acceden a sus servicios a través de los ordenadores. El ciclo de producción y distribución del libro y la publicación periódica, que pasa del formato digital al analógico, se acortará cuando se garantice (si ello es posible: el ejemplo es lo que sucede en la industria del software) el derecho de copia. Aunque parece inevitable que de la cadena edición-reproducción-distribución-venta desaparezcan algunos eslabones.

A la sombra de la explosión informática ha aparecido toda una industria y un mercado de materiales formativos en soportes tecnológicos, paralelo a la institución escolar, que invade las librerías y los quioscos y que ha dado lugar a un nuevo concepto: "edutainment", "edutenimiento" o "eduverción", (Bartolomé, 1996), un híbrido entre educación y entretenimiento. Sin embargo, este tipo de productos son típicos de una etapa anterior: la información es codificada sobre objetos. En el futuro asistiremos a una explosión de "edutenimiento" accesible a través de Internet, previo pago de su importe, naturalmente. Las grandes editoriales de materiales educativos ya están en ello. La importancia de la escuela como fuente de conocimientos no deja de disminuir en un mundo de grandes negocios basados en la información y comunicación.

5. Corolario: Educar es una tarea centrada en el futuro

El primer paso en la integración de toda nueva tecnología (y creo que este es el momento en que nos encontramos) es intentar hacer lo mismo que antes, pero con los nuevos juguetes. La Biblia de Gutenberg es indiferenciable para un neófito de los manuscritos de los copistas de la época (bien, las ligaduras entre letras y los finales de línea son diferentes, pero tampoco demasiado: los tipos son gruesos, como los escritos a mano). Incluso se utilizaron abreviaturas características de los copistas, un indudable inconveniente, pues incrementa el número de tipos necesarios para la composición. Los primeros vehículos a motor no eran más que carros sin caballos. El primer cine era teatro filmado (muy mímico, eso sí, por la falta de sonido). El lenguaje cinematográfico, tal como lo conocemos ahora, se desarrollaría posteriormente. Y cuando apareció el cine sonoro, hubo que reinventarlo. No hace falta citar más ejemplos. Los primeros usos del ordenador en la enseñanza revelan esta forma de utilización.

Las redes informáticas nos ofrecen una perspectiva muy diferente de la del ordenador solitario. En principio rompen el aislamiento tradicional de las aulas, abriéndolas al mundo. Permiten la comunicación entre las personas eliminando las barreras del espacio y el tiempo, de identidad y estatus (recuerdan aquel chiste sobre Internet en el que un perro, sentado frente a un ordenador, le dice a otro que le observa: "En la Internet nadie sabe que eres un perro"). Pero, el mayor potencial de las nuevas tecnologías de la información en la educación reside no solo en lo que aportarán a los métodos de enseñanza/aprendizaje actuales, como en el hecho de que están transformando radicalmente lo que rodea a las escuelas, es decir, el mundo. Están cambiando cómo trabajamos, cómo nos relacionamos unos con otros, cómo pasamos nuestro tiempo libre y, en suma, nuestros modos de percibir y relacionarnos con la realidad y a nosotros mismos. La disociación entre una escuela oral-libresca y una realidad externa audiovisual, multimediática, instantánea y global es un hecho. No debemos sorprendernos de que la mayoría de los conocimientos que tienen los niños actuales sobre el mundo provengan de los medios de comunicación de masas (cuyo objetivo, no lo olvidemos, no es precisamente educar). El papel de la escuela como fuente primaria de información ha desaparecido hace ya tiempo. Sin embargo, muchos profesores aún no se han dado cuenta.

¿Acaso estamos ante la desaparición de la educación escolar tal como la conocemos? Todas las instituciones sociales son producto de su evolución histórica y de su adaptación sucesiva a las demandas del medio. Surgieron para cubrir alguna necesidad y han cambiado con el tiempo, adaptándose a las transformaciones sociales. Las que no lo han hecho, han acabado desapareciendo. Piensen, por ejemplo, en nuestra forma de gobierno, la democracia. La democracia representativa se "inventó" en una época en la que la manera más rápida de enviar un mensaje de un lugar a otro eran las postas de caballos. La participación efectiva de los ciudadanos de un país en los asuntos de gobierno tenía que delegarse forzosamente. En los rasgos de muchas de nuestras instituciones actuales pueden encontrarse las limitaciones de los medios de comunicación de la época en la que fueron concebidas o alcanzaron su forma actual. Hay algunas que han evolucionado con los tiempos. Otras, no tanto: tal vez no han recibido la presión necesaria. La escuela es una de las últimas.

La "utopía informativa" de la sociedad de la información es que toda la información esté al alcance de cualquiera, en cualquier momento y en cualquier lugar. Acceder, pues, no será el problema. Aunque habrá que pagar precios de mercado por ella. Puede que el verdadero problema de la sociedad de la información sea la saturación y el ruido en todos los canales, la enorme cantidad de paja entre la que tendremos que encontrar el grano, la sobrecarga cognitiva que implica escoger lo importante de entre la masa de información espúrea. Pero la educación es más que poseer información: es también conocimiento y sabiduría, hábitos y valores. Y esto no viaja por las redes informáticas. Los profesores tendremos que redefinir nuestros papeles, sobre todo si seguimos

viéndonos a nosotros mismos sólo como "proveedores de información". Y lo haremos en instituciones que asumirán los nuevos canales como medios para proporcionar, también, los servicios que ahora prestan "presencialmente".

La educación en la sociedad de la información ha de ser un factor de igualdad social y de desarrollo personal, un derecho básico y no únicamente un producto de mercado. Los grupos de alto riesgo en términos informacionales, los infoparías, han de ser objeto de acciones positivas por parte de los poderes públicos. Debe evitarse que las nuevas tecnologías acrecienten las diferencias sociales existentes o creen sus propios marginados. ¿Están nuestros centros educativos preparados para afrontar la parte que les corresponde de este desafío? ¿Estamos formando niños y jóvenes para el futuro?

Referencias

- Adell, J. (en prensa). Redes y educación. En De Pablos, J. y Jiménez, J. (Eds.). Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación. Barcelona: Cedecs.
- Bangemann, M. (1994). Europa y la sociedad global de la información. Recomendaciones al Consejo Europeo. Bruselas, 26 de mayo de 1994.
- Barlow, J. P. (1994) The Economy of Ideas. *Wired*,2(3).
- Bartolomé, A. (1995). Medios y recursos interactivos. En Rodríguez Dieguez, J.L. y Sáenz (Eds.). tecnología educativa. Nuevas Tecnologías aplicadas a la educación, Alcoy: Marfil, págs. 291-299).
- Bartolomé, A. (1996). Preparando para un nuevo modo de conocer. EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, nº 4. <URL: <http://www.uib.es/depart/gte/revelec4.html>>.
- Bell, D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society. Basic Books: New York. Hay trad. castellana de R. García y E. Gallego, El advenimiento de la sociedad post-industrial, Madrid: Alianza Editorial, 1986.
- Bloom, A. (1989). El cierre de la mente moderna. Barcelona: Plaza y Janés.
- Bolter, J.D. (1991). Writing Space. The Computer, Hypertext, and the History of Writing. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Ass. Inc.
- Bosco, J. (1995). Schooling and Learning in an Information Society. En U.S. Congress, Office of Technology Assessment, Education and Technology: Future Visions, OTA-BP-EHR-169. Washington, DC: U.S. Government Printing Office, September 1995.
- Breton, Ph. y Proulx, S. (1990). La explosión de la comunicación. Barcelona: Civilización Ediciones.
- Bush, V. (1945). "As We May Think", *Atlantic Monthly*, 176/1, July, pp. 101-108. Puede verse una traducción al castellano de parte de este texto en LAMBERT, S. y ROPIQUET, S. (Eds.) (1987). CD ROM. El nuevo papiro. Madrid: Anaya-Multimedia, pp. 3-21.
- Cabero, J. (1996). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, nº 1. Febrero de 1996. <URL:<http://www.uib.es/depart/gte/revelec1.html>>.
- Castells, M. (1995). La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society. Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Comisión Europea (1995). Libro blanco sobre la educación y la formación. Enseñar y aprender. Hacia la sociedad del conocimiento. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- December, J. (1996). Units of Analysis for Internet Communication. *Journal of Communication* 46(1) Winter. ISSN: 0021-9916/96.
- Eisenstein, E. (1994). La revolución de la imprenta en la edad moderna europea. Madrid: Akal.
- Febre, L. y Martin, H-J. (1962). La aparición del libro. Mexico: UTHEA.

Ferraté, G., Alsina, C. y Pedró, F. (1997). Epílogo: Internet como entorno para la enseñanza a distancia. En Tiffin, J. y Rajasingham, L. En busca de la clase virtual. La educación en la sociedad de la información. Barcelona: Paidós.

Foro de la Sociedad de la Información (1996). Redes al servicio de las personas y las colectividades. Cómo sacar el mayor partido de la sociedad de la información en la Unión Europea. Primer informe anual del Foro de la Sociedad de la Información a la Comisión Europea. Disponible en <URL:<http://www.ispo.cec.be/infoforum/pub.html>>.

Gates, W. (1995). The Road Ahead. Penguin Books. Hay trad. de Francisco Ortiz, Camino al futuro, Madrid: McGraw-Hill, 1995.

Gaur, A. (1990). Historia de la escritura. Madrid: Fundación Germán Sánchez Rupérez/ Ed. Pirámide.

Gibson, W. (1989). Neuromante, Barcelona: Minotauro.

Gonzalez Soto, A.P., Gisbert, M., Guillen, A., Jiménez, B. Lladó, F. y Rallo, R. (1996). Las nuevas tecnologías en la educación. En Salinas et. al. Redes de comunicación, redes de aprendizaje. EDUTEC'95. Palma: Universitat de les Illes Balears, págs. 409-422. <URL:<http://www.uib.es/depart/gte/grurehidi.html>>.

Harnad, S. (1991). Post-Guttenberg Galaxy: The Fourth Revolution in the Means of production of Knowledge. The Public-Access Computer System Review, 2(1), 39-53.

Landow, G.P. (1992). Hypertext The convergence of contemporary critical theory and technology. Baltimore and London: The John Hopkins University Press

Levinson, P. (1990). Computer Conferencing in the Context of the Evolutions of Media. En Harasim, L.M. Online Education. Perspectives on a New Environment. New York: Praeger Press. págs. 3-14.

Martinez, F. (1996). La enseñanza ante los nuevos canales de comunicación. En F.J. Tejedor y A. G. VAlcárcel (Eds.). Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación. Madrid: Narcea, págs. 101-119.

Mena, B, Marcos, M. y Mena, J.J. (1996). Didáctica y nuevas tecnologías en educación. Madrid: Escuela Española.

Moreno, A. (1997). Presentación a la edición en castellano, en D. Crowley y P. Heyer (1997). La comunicación en la historia: tecnología, cultura y sociedad. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

Negroponte, N. (1995). Being digital. New York: Alfred A. Knopf. Hay trad: 'El Mundo digital', Barcelona: Ediciones B, 1995.

Nyce, J.M y Kahn, P. (Eds.). (1991). From Memex to Hypertext: Vannevar Bush and the Mind's Machine, Boston: Academic Press.

Olson, D.R. (1994). The World on Paper. Cambridge, Mass.: Pambridge University Press.

Olson, D.R. y Torrance, N. (Comps.). (1991). Literacy and Orality. Cambridge, Mass.: Pambridge University Press. Hay trad. de Gloria Vitale, Cultura escrita y oralidad, Barcelona: Gedisa, 1995.

Ong, W. J. (1995). Orality & Literacy: The Technologizing of the World. London: Routledge. (Edición original de 1985 de Methuen & Co.).

Papert, S. (1993). The Children's Machine: Rethinking School in the Age of the Computer. New York: Basic Books.

Perelman, L.J. (1992). School's Out: Hyperlearning, the New Technology, and the End of Education. N.Y.: William Morrow and. Company Inc.

Perelman, L.J. (s.f.) The Future of Technology in Education: A 'Multimedia Today' Roundtable Discussion. Documento electrónico disponible en <URL:<http://www.multimedia.hosting.ibm.com/mmtoday/magazine/round-1.html>>.

Postman, N. (1994). Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología. Madrid: Círculo de Lectores.

Raitt, D. (1982). "New Information Technology: Social Aspects, Usage, and Trends" en Tedd, L. et al., Fifth International Online Information Meeting. London, 8-10 December 1981. Learned Information, Oxford.

Roszak, Th. (1986). El culto a la información. Barcelona: Grijalbo.

Salinas, J. (1995). Campus electrónicos y redes de aprendizaje. EDUTEC'95. <URL:<http://www.uib.es/depart/gte/salinas.html>>.

Soete, L. (Coord.). 1996. "Building the European Information Society for Us All" First Reflections of the High Level Group of Experts. Interim report, January 1996. Disponible en <URL:<http://www.ispo.cec.be/hleg/hleg.html>>.

Stoll, C. (1996). Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Highway. Anchor Books.

Toffler, A. (1996). La tercera ola. Barcelona: Plaza & Janés.

Touraine, A. (1969). La Societé post-industrielle, París: Denöel.

Notas

* Este artículo es una versión revisada de una conferencia que tuvo lugar en el marco de un curso de verano de la Universitat de les Illes Balears titulado "Tendencias en la sociedad de las tecnologías de la información". Mi agradecimiento a Llorenç Valverde por la invitación a dicho curso y por el permiso para publicar este texto.

1 Debo esta información a Paloma Garrido, bibliotecaria de la Universitat Jaume I y experta conocedora no sólo de las nuevas tecnologías de la información sino también de la historia del libro y de las bibliotecas.

2 Por otra parte, tal vez los cambios no hayan sido tan grandes: sustituyamos "estacionarios" por "compañeros/as que van a clase", "copias autorizadas" por "apuntes pasados a limpio" y "amanuenses" por "fotocopiadoras" y el resultado es bastante parecido a lo que todos sabemos.

PULGARCITOS ³⁹

Las nuevas generaciones habitan lo virtual, las ciencias cognitivas muestran que el uso de la red y la lectura de mensajes escritos con el pulgar no activan las mismas neuronas que el uso del libro o el pizarrón, pueden manipular diversas informaciones al mismo tiempo; no conocen ni integran ni sintetizan como nosotros, sus antecesores.

No tienen la misma cabeza que nosotros, mediante el teléfono acceden a todo el mundo, con el GPS a todas partes, con Internet a todo el saber, habitan un espacio topológico de vecindades en lugar del espacio métrico de distancias en el que habitamos los adultos. De tal modo no ocupamos el mismo espacio.

No tienen el mismo cuerpo, ni se comunican igual, no perciben del mismo modo, su relación con la naturaleza es distinta.

No conocen del mismo modo, no hablan igual, cada edición nueva del diccionario suma muchas más palabras que las renovaciones habituales de antaño, y no escriben de la misma manera, lo hacen con ambos pulgares a gran velocidad, es la nueva generación, es la Generación Pulgarcita.

El individuo acaba de nacer, vivíamos de pertenencias: franceses, ingleses, españoles, judíos, católicos, musulmanes, hombres, mujeres, pobres, ricos; pertenecíamos a naciones, religiones, culturas, equipos, partidos. Con los viajes y la internet los colectivos han ido estallando.

Se dice que han muerto las ideologías, pero lo que realmente ha muerto son las pertenencias que reclutaban a las personas.

Muchos dicen que esta re-individualización de nuestro tiempo es negativa porque alimenta el egoísmo, pero si viéramos todos los crímenes que se han perpetrado en nombre de esos colectivos de pertenencia, uno se siente inclinado a admirar a estos jóvenes de hoy.

¿Qué transmitir? ¿A quién transmitírselo? ¿Cómo transmitirlo?

Los adultos convertimos nuestra sociedad del espectáculo en una sociedad pedagógica que eclipsa la escuela y la universidad, con su competencia vanidosamente inculta. El tiempo que les destinamos a los medios de comunicación, más su poder de seducción, se apropiaron de la función de la enseñanza.

¿Qué transmitir? Acaso el saber, internet está lleno de todo eso. ¿Transmitírselo a todos? Todo el saber está accesible a todos. ¿Cómo transmitirlo? Ya está en posibilidad de ser transmitido con todos los nuevos dispositivos a la mano.

ESCUELA

Nuestra cabeza llena de conocimientos se separa de nuestro cuerpo, allí radica la computadora, estamos condenados a volvernos inteligentes.

Antes de Gutenberg había que conocer de memoria a Tucídides y a Tácito si admiraba la Historia, a Artístoteles si interesaba la física, a Demóstenes si lo que se buscaba era la oratoria, había que llenarse la cabeza de ellos.

³⁹ Resumen de “Pulgarcita” de Michel Serres. Barcelona, Gedisa, 2014

Luego cuando aparecen los libros lo que hay que conocer es el lugar de la biblioteca en que se encuentra el libro que contiene ese saber.

Hoy, con internet, podemos hasta prescindir de la memoria de qué lugar buscar el saber, Google se ocupa de ello.

La cabeza decapitada de Pulgarcita se distingue de las viejas cabezas llenas, porque en su lugar habita la inteligencia inventiva. No se trata de cortar la cabeza para sustituirla por otra, ni de sentir angustia por su ausencia, sino de transformar su uso.

Un docente en el aula entrega un saber que ya se encontraba en los libros, el profesor oralizaba lo escrito, era portavoz de aquello y requería silencio para transmitirlo. Pero ahora pide silencio y ya no lo obtiene.

Practicado desde la infancia el parloteo avanza hasta hacerse irrefrenable como un tsunami inunda la escuela secundaria, las aulas se llenan de un murmullo permanente que esteriliza el intento de escuchar, lo vuelve imposible. La Generación Pulgarcita no lee ni quiere escuchar, ya no oye la voz del amo. Reducidos al silencio durante tres milenios las pulgarcitas producen como un coro un ruido de fondo que ensordece al portavoz de la escritura.

Ya nadie necesita a los portavoces, salvo que haya alguno original y raro, que pueda inventar.

Estamos presenciando el fin de la era del saber.

Este nuevo caos, como todo caos original, anuncia un vuelco esencial primero en la pedagogía y luego en la política.

Enseñar era una acción todo oferta que no requería opinión de la demanda, era el saber almacenado en los libros y su portavoz, en medio del silencio. Nosotros, docentes habladores, escuchamos el ruido insistente de esta demanda parlanchina que surge de aquellos a los que nadie escuchaba, ni siquiera para preguntarles si querían escuchar.

¿Por qué a la Generación Pulgarcita le interesa cada vez menos lo que tenga para decir el portavoz? Porque frente a la enorme y creciente oferta de saberes, accesible siempre y en cualquier lugar, una oferta puntual y singular es irrisoria. La ola de accesos al saber es tan alta como el parloteo.

Ya no más oferta de saberes sin demanda de ellos.

Antes se empezaba desde la más tierna infancia una carrera de cuerpos sentados, quietos, en silencio y en filas. Un grupo de pequeños asustados en una escuela formateada para el silencio y la postración, en una escenografía parecida a la del juzgado, la del teatro, la de la corte real o la de la iglesia, todas instituciones-cavernas.

El aula era un espacio cuyo centro de gravedad radicaba en el estrado, ese era el punto focal de la cátedra, era en la periferia dónde radicaba el mayor peso del saber, pero ahora que el saber está distribuido por todas partes se esparce por un espacio homogéneo, descentrado, libre.

A semejanza de aviones, trenes o colectivos, donde todos se dejan conducir por el chofer, así funcionaba el camino hacia el saber. Pero ahora ya no hay más piloto, solo espectadores móviles, ya no hay jueces solo oradores activos; ya no hay sacerdotes, el templo se llena de predicadores; ya no hay maestros, el aula está llena de profesores.

Antes el saber solo se ofrecía fragmentado, parcial, escaso, el saber se dividía en pedazos y con ello la realidad volaba en fragmentos. El río desaparecía entre la geografía, la ecología, la hidrodinámica, la biología de los peces, la pesca, la climatología, la historia de las ciudades ribereñas, los puentes, los barcos.

Si recortamos la realidad la realidad muere, por eso aparecen las Ciencias de la Vida y de la Tierra dando paso a una nueva razón, que acoge a lo concreto singular, que por supuesto es laberíntico, pero compone un solo relato.

¿Y qué pasa con los conceptos abstractos, tan difíciles de formar? La belleza por ejemplo. La Generación Pulgarcita responde, una mujer bella, una yegua bella, un amanecer bello. Se pregunta un concepto y se responde con ejemplos.

La idea se vuelve económicamente grandiosa. Mientras nuestros ancestros habían optado por la claridad, nosotros optamos por su velocidad. Google ocupa el lugar de la abstracción.

SOCIEDAD

Hoy nace un cambio que favorece una circulación simétrica entre calificadores y calificados, poderosos y súbditos, un trato recíproco.

Así como se reduce al enfermo a un órgano que hay que curar, se ha reducido al estudiante a una oreja que llenar, a una boca silenciosa, el obrero fue reducido a una máquina que es necesario controlar.

Al restituir rostros completos hasta el obrero ocupa nuevas posiciones abandonando la estructura piramidal, la Generación Pulgarcita sola controla en tiempo real su propia actividad.

Como la sociedad retrocede y ya no hay más que individuos, todo gira en torno al trabajo, incluso las acciones privadas que parecen no tener nada que ver con él. La Generación Pulgarcita espera sentirse realizada pero se aburre, pretende imaginar una sociedad que deje de estar estructurada en torno al trabajo. Pero, ¿en qué podría estar estructurada?

Los mismos profesores murmuran mientras el director les habla, los médicos cuando les hablan sus jefes, cualquier reunión de adultos se expresa de esta misma manera. Por primera vez es posible oír la voz de todos, sin restricciones.

¿Esta época de Pulgarcitos, este desorden de lo establecido, anuncia una nueva era o es que se terminarán mezclando una segunda edad oral y los escritos virtuales?

Todos quieren hablar, todos quieren comunicar con todos mediante redes.

Agonizan las viejas pertenencias: fraternidades, sindicatos, patrias, parroquias, familias, solo quedan los grupos de presión afectando al sistema democrático.

Las formas políticas se vuelven obsoletas: ejército, nación, familia, mercado, clase obrera, todas abstracciones que han creado tantos dramas humanos. Estas pertenencias exigían las más duras renunciaciones, y produjeron mártires, herejes, soldados desconocidos, campos de exterminio, violencia familiar, hambre, morbo.

Frente al resultado de estas pertenencias de virtualidad abstracta y gloria sangrienta se erige una nueva virtualidad que si bien carece de carnalidad también carece de sangre.

Nuestras viejas instituciones emiten una luz parecida a las de las estrellas, que como ya sabemos, hace mucho que han desaparecido, están extinguidas aunque no lo parezca. Por primera vez en la Historia las personas individuales podrán acceder a tanta sabiduría, tanta ciencia y tanta información como esos viejos dinosaurios que nos han absorbido nuestra energía.

Al igual que la mayonesa que en algún momento cuaja, estas individualidades de pronto se organizan, una a una, y conforman un nuevo cuerpo, sin relación ya con aquellas viejas instituciones perdidas.

Pulgarcita existe no como una virtualidad abstracta sino como un individuo, una persona, es menos un elector que pesa en un sondeo o un número del rating, es menos una cantidad que una cualidad, es existencia.

La Generación Pulgarcita con sus dedos sobre el teclado realiza una actividad “procedimental”, algo que las letras y las ciencias habían suspendido. Estos procedimientos dejan de ser básicos y penetran en las ciencias, es el pensamiento algorítmico.

ESCUELAS CREATIVAS ⁴⁰

La educación tiene objetivos fundamentales de carácter económico, personal, social y cultural, siendo su finalidad la de “capacitar a los alumnos para que comprendan el mundo que les rodea y conozcan sus talentos naturales a fin de que puedan realizarse como individuos y convertirse en ciudadanos activos y compasivos”.

Los desafíos a que nos enfrentamos en el nuevo siglo no son meramente teóricos, cuestiones ambientales y demográficas dejan en claro que estamos frente a un escenario real y harto complejo. Si todos los habitantes del planeta consumieran a mismo ritmo que un ciudadano medio de la India la Tierra podría sustentar una población máxima de 15 mil millones de habitantes, algo más del doble que los 7 mil millones actuales. Pero si todos consumiéramos como lo hace un ciudadano medio estadounidense la población máxima que podría soportar la Tierra sería de 1.500 millones de personas, cuatro veces menos que la población actual.

Por eso se hacen presentes y adecuadas las palabras del escritor H. G. Wells, especialista en ciencia ficción, que dijo “la civilización es una carrera entre la educación y la catástrofe”. La educación es nuestra esperanza.

Ante esta incertidumbre nos encontramos con una crisis educativa de carácter global y la respuesta no está en mejorar la educación, la tarea no es repararla, el objetivo debe ser cambiar la educación, no reformarla sino transformarla.

¿Por qué la educación es un tema tan importante políticamente?

Hay varias razones, la primera es económica, la educación influye en los niveles de prosperidad, por eso los gobiernos que buscan lo mejor para sus ciudadanos invierten tanto dinero en la enseñanza y también por esa razón la educación se ha convertido en uno de los más grandes negocios del mundo. En Estados Unidos se invierten 632.000 millones de dólares anuales en educación y en todo el mundo la cifra supera los cuatro billones de dólares.⁴¹

La segunda razón es de carácter cultural. La educación es el factor esencial por medio del cual las sociedades pueden transmitir valores y tradiciones a las generaciones futuras.

La tercera razón es social. Un objetivo esencial de la educación es poder dotar a todos los niños de una oportunidad para prosperar más allá de su condición social y económica.

La cuarta razón es personal. Un objetivo esencial es permitir a los alumnos adquirir conciencia de su potencialidad y comenzar una vida plena y productiva.

Competencia

Uno de los objetivos de los exámenes es alimentar la competencia entre los alumnos, los profesores y las escuelas, con la idea de que a través de ese proceso los niveles académicos aumenten.

En 2012 el 17% de los estudiantes con el título de bachiller en Estados Unidos eran incapaces de leer o escribir con fluidez y tenían problemas básicos con la ortografía y la gramática. Y esta situación de bajo nivel en competencia básica no se detiene en ellas sino que se expande a la cultura general.

⁴⁰ Extraído de Robinson, Ken, Escuelas Creativas. La Revolución que está transformando la educación. Grijalbo, Barcelona, 2015.

⁴¹ En Argentina se invierten en educación aproximadamente 7.300 millones de dólares, según Presupuesto Nacional 2017.

En 2006 la revista National Geographic realizó una encuesta sobre cultura general en Estados Unidos. El 21% de los adultos entre 18 y 25 años no supieron identificar el océano Pacífico en el mapa y el 65% fue incapaz de señalar la localización del Reino Unido.

El sistema de educación normalizada, la llamada educación formal institucional, no está dando resultados, ni siquiera en uno de sus objetivos básicos que es formar a los alumnos para enfrentar el mundo laboral, ya que casi el 13% de los jóvenes del mundo están en situación de desempleo.

Entre 1950 y 1980 obtener un título universitario garantizaba el empleo, pero hoy en día no es así, y el problema no radica tanto en la calidad de las titulaciones sino en su cantidad, y al crecer la oferta de universitarios la demanda de ellos no alcanza a dar ingreso laboral a todos. Hay una creación de nuevos empleos que requieren competencias diferentes, desde 1977 a 2005 en Estados Unidos se destruyeron un millón de empleos al año y se crearon 3 millones, pero con requerimientos diferentes que no necesariamente encuadran en las tradicionales competencias universitarias.

Sin embargo pese a que la cantidad de estudiantes universitarios ha crecido en todo el mundo, las tasas de graduación no llegan el 50%.

En Estados Unidos el alto costo de la educación universitaria genera una legión de jóvenes que egresan con deudas de entre 20 y 100 mil dólares con los bancos. La deuda estudiantes en Estados Unidos es similar a la suma de las deudas de todas las tarjetas de crédito combinadas.

Este costo hace que se genere un sistema de castas que afirma la pertenencia a un sector social alto que ingresará a la universidad y por debajo diferentes niveles sociales que no lo harán.

En 1970 Estados Unidos tenía uno de los mayores porcentajes del mundo con alumnos con título secundario, en la actualidad posee uno de los más bajos entre los países centrales al representar el 75%. Cada día alrededor de 7 mil alumnos de secundaria dejan los estudios en los Estados Unidos, casi un millón y medio de desertores anualmente.

La mitad de los alumnos negros y latinos no termina el secundario, pero este problema no se limita a los alumnos sino también a los docentes, ya que el desgaste del profesorado es elevado, y cada año más de 250 mil profesores dejan de ejercer la profesión en Estados Unidos, y el 40% de los recién recibidos la abandonan en los primeros cinco años de ejercicio.

Cambiar de Metáfora

En el mundo desarrollado consideramos normal que los niños deban ingresar a la escuela obligatoriamente a partir de los cinco años y permanecer durante unos doce años, como si fuera un orden natural.

Pero esta realidad es bastante reciente, algo más de un siglo. Anteriormente la vida era eminentemente rural y en ella casi todos eran analfabetos, pero la Revolución Industrial lo cambió todo, creó una nueva clase urbana de trabajadores que vendían su fuerza de trabajo, a menudo en condiciones insalubres. Al poco tiempo comenzó a crecer un tercer sector social entre la vieja nobleza y los obreros, la clase media que prosperaba dentro de ese esquema industrial: eran los propietarios, los profesionales, hombres de las finanzas, poseían el dinero. Este nuevo esquema dio forma a un nuevo orden político.

Comenzó el impulso al comercio, los cambios fueron fenomenales, el Estado se fortaleció y se hizo necesario un sistema organizado de educación de masas para proveer de obreros manuales para el trabajo rutinario, de oficinistas para las nuevas burocracias del comercio y el Estado, de profesionales. Y como la sociedad requería de más obreros que graduados universitarios la educación se organizó en base a una pirámide con base ancha de educación primaria un centro menos numeroso de educación secundaria y una pequeña cúspide de educación universitaria.

Como la habitual función de la industria fue fabricar productos todos iguales lo mismo ocurrió con los sistemas educativos, los alumnos debían responder a determinados requisitos; similar relación hay con el respeto a las normas y niveles de calidad y al modelo lineal de producción que repite el formato de la fábrica en la escuela.

Pero esos principios de reproducción, linealidad y demanda que funcionaban bien en la producción dejaron de funcionar en la escuela, por lo tanto es necesario cambiar la metáfora.

Si entendemos a la educación como un proceso mecánico el hecho de que ya no de los resultados esperados nos llevaría a la conclusión de que se requiere retocarlo, componerlo, repararlo.

Pero eso no sucederá.

La “educación industrial” se centró en la producción y el rendimiento, en mejorar las notas y aumentar el número de graduados, y esto sucede actualmente en un contexto poco propicio, donde sobreviene el aburrimiento y el descontento. Lo que era bueno para un momento no solo ha dejado de serlo ahora, sino que está generando graves distorsiones.

Quizás debemos entender que el proceso educativo requiere hoy de una revisión ecológica ya que estamos frente a un sistema biológico que requiere determinadas condiciones para que la gente se desarrolle:

- No solo ocuparnos en la mente sino también en el físico, el espíritu y la condición social.
- Cultivar los talentos y potencialidades de cada uno, diverso.
- Crear las condiciones básicas para el mejor desarrollo del alumno.

La propuesta del cambio de paradigma educativo se basa en cuatro fines básicos:

1. Económico: La educación debe capacitar a los alumnos para convertirse en personas responsables e independientes económicamente.
2. Cultural: La educación debe capacitar a los alumnos para comprender y valorar su propia cultura y respetar la de los demás.
3. Social: la educación debe capacitar a los alumnos para convertirse en ciudadanos activos y compasivos.
4. Personal: La educación debe capacitar a los jóvenes para relacionarse con su mundo interior, además de hacerlo con el mundo que les rodea.

Cambiar las escuelas

En 1983 el Departamento de Educación de Estados Unidos publicó un informe titulado “Una Nación en Riesgo”. En este informe se dejaba en claro que los niveles académicos de la educación pública estadounidense eran pésimos y seguían empeorando.

Ha pasado tiempo desde aquel Informe pero Estados Unidos continúa lidiando con una muy alta tasa de no graduados universitarios, con niveles de lectura, escritura y matemáticas que no mejoran, y un estado descontento general entre alumnos, docentes, padres y funcionarios.

Un caso diferente es el sistema educativo de Finlandia.

Hace 40 años también el sistema educativo finlandés estaba en crisis, y allí Finlandia decidió no hacer más de lo mismo, no insistir con la normalización y el examen, sino que encaró reformas con objetivos distintos. Así en Finlandia hoy ya no hay exámenes normalizados salvo uno que debe superarse al final de la secundaria.

No debemos olvidar que el objetivo fundamental de la educación debe ser ayudar a los alumnos a aprender, y para eso está el profesor, siendo la base de toda la relación profesor/alumno, todo resultado está sujeto a la eficacia de ese vínculo, si esto falla todo falla.

Donde hay alumnos hay aprendizaje si hay profesores motivados y con disposición, el secreto está en llevar eso hacia el interior de las escuelas.

Aprendices natos

¿Por qué si estamos dentro de esta crisis hay tantas escuelas que sigue funcionando de manera tradicional y disciplinaria? La razón es que la educación de masas se basó en dos pilares: cultura organizativa y cultura intelectual de las escuelas.

La cultura organizativa de la escuela moderna está basada en los procesos de fabricación industrial y la cultura intelectual hunde sus raíces en la antigüedad y el platonismo, que afianzó la idea de que la mente es el centro del hombre.

La educación reglada consta de tres elementos centrales: plan de estudios, enseñanza y evaluación. El proceso de normalización se enfoca en el primero y último factor, la enseñanza solo se la ha considerado una vía para alcanzar los niveles exigidos.

Pero hoy no pueden entenderse las organizaciones humanas como mecanismos, se parecen más a organismos, cada una con su propia cultura. La escuela es un ejemplo

Lo irónico es que el modelo cultural posmoderno y la misma nueva economía apunta a la personalización, y si hay un lugar no personalizado es la escuela.

Una de las claves es saber qué enseñar y aprender.

Los grandes profesores son la esencia de las grandes escuelas, no hay ningún sistema educativo en el mundo que sea mejor que sus profesores. Su tarea tiene tres fines esenciales:

- Motivación
- Confianza
- Creatividad

Dentro de este entendimiento una de las grandes preguntas es qué aprender, habida cuenta de que el reino del conocimiento se encuentra hoy mucho más accesible que antiguamente.

Cuando se piensa en qué busca la economía mundial en los proceso educativos podemos decir que ya no busca conocimientos, porque eso es accesible en la red, sino por lo que se es capaz de hacer con esos conocimientos. Los empresarios no se quejan de que el postulante de trabajo carezca de conocimientos o destrezas específicas, lo que buscan son empleados capaces de realizar análisis críticos, colaborar, comunicarse, resolver problemas y pensar creativamente.

La idea es que existen diversos ejes sobre los que debiera circular el aprendizaje:

- **Creatividad:** capacidad de generar nuevas ideas y ponerlas en práctica.
- **Crítica:** capacidad de analizar información e ideas y elaborar argumentos y juicio razonados.
- **Comunicación:** capacidad de expresar pensamientos y sentimientos con claridad y confianza en diversidad de medios.
- **Colaboración:** capacidad de colaborar constructivamente con otras personas.
- **Compasión:** capacidad de ponerse en lugar de otro y actuar en consecuencia.

- **Calma:** capacidad de conectar con la vida emocional interior y apuntar al equilibrio personal.
- **Civismo:** capacidad de implicarse constructivamente en la sociedad.

Exámenes, exámenes

La política educativa que prioriza los exámenes obliga a los profesores a sacrificar el tiempo destinado a enseñar a analizar contenidos de manera crítica y a dedicarlo a enseñar con el fin de que aprueben.

Hay una generalizada oposición a los exámenes normalizados, pero igual cada vez hay más. Es necesario para explicarlo observar que hay una verdadera industria que se ocupa de preparar esos exámenes.

En 2013 solo en Estados Unidos la industria de los exámenes tuvo ingresos totales por 17 mil millones de dólares, para dar una idea de lo que eso representa, veamos que la recaudación por entradas de cine en Estado Unidos en un año es de 11 mil millones de dólares. Eso indica por qué razón el volumen de exámenes no deja de crecer.

El rey de todos los exámenes a nivel global es la Prueba PISA.

El objetivo que persigue la OCDE con las pruebas PISA es brindar a los gobiernos una herramienta de análisis periódica de los niveles académicos propios y ajenos, el problema es las consecuencias que esto acarrea.

Los resultados de PISA suelen generar como reacción un aumento de los exámenes normalizados al interior de cada modelo educativo, porque el objetivo deja de ser mejorar la capacidad de los alumnos para convertirse en ascender algún puesto más en la escala del año próximo. El caso de Shangai es muy típico en este aspecto, considerada la mejor región educativa del mundo por sus resultados, ha decidido alejarse de las pruebas PISA ya que considera que su sistema se ha convertido en un modelo destinado a que los alumnos aprueben ventajosamente la prueba PISA.

Algunos de los mejores rankeados en PISA no tienen tantos exámenes normalizados en su propio modelo educativo, como es el caso de Finlandia con una sola prueba normalizada a finales del secundario.

Una de las consecuencias más nocivas de la educación normalizada es la idea de una misma fórmula vale para todos y que la vida es lineal.

De vuelta al hogar

En Estados Unidos son minoría los niños que viven con sus padres biológicos, lo que antes se consideraba una familia nuclear tipo. En 1960 el 73% de los niños norteamericanos vivían en una familia nuclear en su primer matrimonio, en 1980 se había reducido al 60% y hoy ese porcentaje es del 46%.

Esta desorganización del formato familiar conocido en el siglo XX como “normal” ha hecho que sean muchos los jóvenes que deben cuidar de sí mismos.

Hay en varios lugares del mundo una tendencia a la educación en la casa, y el 3% de los niños norteamericanos fueron educados en su casa y no en el sistema educativo en el año 2012.

Si los niños no se interesan por la escuela cualquier inversión que se haga en el sistema educativo es inútil. El costo del desinterés de los alumnos y del abandono escolar es siempre mayor que cualquier aumento en la inversión.

Estados Unidos invierte más dinero que ningún otro país del mundo en educación pero no logra ser el mejor sistema educativo. Los grandes sistemas necesitan grandes líderes, y es evidente que los alumnos mejorarán su rendimiento si enfrente tienen docentes que sepan motivarlos.

El movimiento de normalización lo que hace es fomentar la competencia entre alumnos, profesores, escuelas, distritos e incluso países. Por supuesto que la competencia es un factor del marco social ineludible pero no es la esencia del sistema, no es la competencia la que mejora el rendimiento educativo, sino por el contrario la asociación y la colaboración las que los logran, ya sea intra como inter escuelas.

Seguramente la educación eficaz será el equilibrio entre rigor y libertad, tradición e innovación, individuo y grupo, teoría y práctica, mundo interior y exterior.

LA INNOVACIÓN PENDIENTE ⁴²

Cristobal Cobo

¿Cómo usar la tecnología digital? Es una de las cuestiones educativas más actuales, y es una pregunta de naturaleza política como casi todas las relacionadas con la educación y la sociedad, cualquier sistema que controle el uso de la tecnología en la educación tiene que enmarcarse en el conflicto social por la distribución del poder.

La cuestión consiste en una exploración general sobre cómo y por qué se utilizan tecnologías digitales en entornos educativos, que si bien es un tema de larga data el escenario tecnológico de nuestro siglo es diferente al de los 90 cuando se inició, hoy el tecno-escepticismo coexiste con el tecno-entusiasmo.

Evgeny Morozov acuñó el término “**solucionismo**” para referirse a quienes ven a la tecnología como una religión, que creen que todo problema tiene una solución tecnológica, y por lo tanto, basta usar la tecnología para resolver las carencias y problemáticas del mundo. La educación no sería la excepción a la regla.

Nicholas Carr plantea que estamos frente a un “paternalismo digital” que sugiere que las personas ya no son capaces de pensar o comportarse por sí solas, ya que la sabiduría radica en los algoritmos. Este **tecnooptimismo** llega al límite de suponer que mejor evitar las mediaciones humanas. En este marco tecnoutópico no suelen encajar los procesos educativos porque no necesariamente tienen que ser eficientes, y muchas veces son lentos y otras simplemente contemplativos.

Por el contrario en el llamado **tecnoescepticismo** prevalece la idea de recuperar valores humanos y reflexionar sobre el actual frenesí tecnológico, en el que las voces más críticas plantean que los individuos nos hemos convertido en meros contenidos más que en creadores, que somos solo un conjunto de datos.

Es hora de decir adiós al **solucionismo** que interpreta a las personas como un factor más dentro de una infraestructura programada, y enfocarnos en aquellos elementos de la tecnología que contribuyen a humanizar y no solamente a reducir a las personas a algoritmos y patrones de comportamiento.

Nunca en la historia ha sido un momento tan difícil para ser un trabajador con habilidades “comunes” porque las computadoras y las tecnologías digitales están absorbiendo esas habilidades a gran velocidad. Es el caso de la Inteligencia Artificial que acerca la posibilidad de que las máquinas puedan aprender y además enseñarse a sí mismas.

Hay miradas alarmistas que sugieren que en el futuro alumbra la amenaza de dejar a la mitad de la población desempleada. Según un estudio de la Universidad de Oxford el 47% de más de 700 profesiones analizadas están en riesgo de ser computarizadas o automatizadas en las próximas décadas. Debiéramos tomar en cuenta estos datos para poner la lupa en los retos que esta realidad expone a la educación; es decir reflexionar sobre habilidades y destrezas que no son susceptibles de ser computarizadas, como la creatividad o la inteligencia social.

⁴² Extraído de Cristóbal Cobo. La Innovación Pendiente. Reflexiones (y provocaciones) sobre educación, tecnología y conocimiento. Ed. Debate, Buenos Aires, 2016

Un elemento que debe ser comprendido es que no estamos, como se supone habitualmente, frente a una revolución de dispositivos, infraestructuras o plataformas, sino frente a una resignificación de sentido. El valor central ya no está en acceder a un conocimiento sino en la capacidad de desfragmentar y reconstruir conocimientos bajo nuevas combinaciones y formatos. Esta novedad impone también resignificar lo que es recibir y proveer educación. Las nuevas infraestructuras definen nuevos escenarios para pensar el conocimiento.

Inteligencia artificial y desobediencia tecnológica

Actualmente el problema ya no radica en el almacenamiento de contenido sino en lo efímero, en la rápida caducidad de la información, lo que ocurrió ayer se vuelve rápidamente obsoleto y sin valor. El ofrecimiento de Snapchat es prueba de ello, y la cuestión no es obviamente técnica sino de carácter social, una obsesión por el presente-futuro y un descarte del presente-pasado.

Mayor información y estímulos cognitivos, plataformas múltiples de interacción pueden resultar en un déficit atencional y reducida capacidad de análisis. La palabra clave es “**curación**”, que consiste en organizar, evaluar, seleccionar, conservar, utilizar y reutilizar materiales digitales; un procedimiento destinado a depurar el ruido.

Desde la educación el valor ya no está en solo consumir información sino también en ser capaz de crear algo nuevo. Creación y disrupción son claves.

Que las escuelas estén conectadas, si bien es positivo no es suficiente para impulsar la creatividad ya que se puede ser creativo con o sin tecnologías, porque ser creativo es ver la realidad con nuevos ojos, encontrar problemas y soluciones que otros no han visto.

En el mundo actual a los trabajadores se los categoriza en dos grupos según Tyler Cowen, los que son capaces de trabajar con máquinas inteligentes y los que no, los que complementan a las computadoras y los que quedan ausentes.

Por eso el sistema educativo debe preguntarse cuáles habilidades creativas no serán reemplazables por los nuevos desarrollos tecnológicos.

Se ha generado una nueva línea de pensamiento en torno a lo que se llama la **Cultura Maker**, que se trata de personas, la mayoría jóvenes, que aprenden acerca de la tecnología creando con ella, uniendo pensamiento y creatividad.

John Moravec propuso en 2008 el concepto de **knowmad** o nómada del conocimiento, es decir trabajadores creativos e innovadores capaces de trabajar con cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar. La idea del **knowmad** lleva a entender que la alfabetización digital no se agota en la destreza para el uso de un dispositivo o una interfaz.

La competencia digital hoy requiere ampliar el espectro de análisis de cuál es su materia en entornos digitales, incluyendo temas tales como administración de identidad digital, ciudadanía digital, comprender las reglas de vida en entornos virtuales, administración de la privacidad, regulación del tiempo conectado, capacidad de navegar en pistas incompletas, etc.

La triangulación entre contenido, contenedor y contexto

La idea de que sumando equipamiento tecnológico pueden resolverse cuestiones de retraso estructural de la escuela es parte del pensamiento de la sociedad tecnooptimista y protecnológica.

En 2013 se estimó que en el mundo anualmente se gastan 5 billones de dólares en el mercado que vincula tecnología y educación, cruzándose intereses del sector público y del privado; el sector público promoviendo inclusión y el sector privado con el objetivo de vender dispositivos, plataformas, software y conectividad.

La globalización de la educación forma parte del discurso de la sociedad del conocimiento, y se instrumentaliza a través de las conocidas pruebas comparativas llevadas a cabo por organismos internacionales, llamadas PISA (OCDE), TERCE (UNESCO) o PIRLS (IEA).

Otro potente elemento discursivo es el de la tecnologización, que indica que las tecnologías digitales se transforman en una condición necesaria para ingresar al tiempo hipermoderno, convirtiéndose (de nuevo) los dispositivos en soluciones; siendo tan fuerte este discurso tecnooptimista que se ha hecho carne en todas las comunidades, incluso las menos avanzadas.

Pero sin embargo la experiencia indica que el equipamiento tecnológico no ha sido suficiente para avanzar en cambios sustanciales de los sistemas educativos, porque esta insuficiencia no es responsabilidad de los dispositivos sino en los contextos, enfoques y modelos pedagógicos.

Cada vez que se incorpora una tecnología en una organización se producen cambios en las relaciones entre sus miembros y en la forma de trabajar, y no siempre esos cambios son los que se esperaban. Y esto se debe a que todo cambio requiere condiciones contextuales y culturales que a su vez requieren mayores lapsos para transformarse a lo que necesita la infraestructura tecnológica.

Por eso la pregunta “¿Cómo impacta la tecnología en la educación?” es engañosa, ya que presupone que es posible aislar la tecnología de los factores socio-cognitivos y contextuales que inciden en el aprendizaje, y pretende darle todo el protagonismo a los dispositivos.

Factores tales como convivencia escolar, autoestima, asistencia y retención escolar, estímulo, acompañamiento, reforzamiento, motivación, pertenencia, comunidad, etc. deben tomarse en cuenta para no reducir el problema a la relación mecánica entre tecnología-educación.

Debemos dejar de sacar fotografías de mala calidad de la realidad cuando se requieren imágenes de alta resolución.

Es necesario entonces avanzar a la pregunta “¿Cómo pasar de la atención centrada en los dispositivos a la atención centrada en la capacidad de creación de conocimiento apoyado en dispositivos?”. Esta pregunta renueva la idea del aprendizaje invisible.

Las políticas públicas no pueden resumirse en la sola entrega de dispositivos, al contrario, es allí donde esas políticas deben comenzar.

La OCDE hizo un reporte sobre la relación del uso de tecnología y desempeño educativo y marcó los siguientes puntos:

- Los resultados no dieron mejoras apreciables en cuanto al logro del estudiante en aquellos países que han hecho fuertes inversiones en TICs para la educación.
- Los estudiantes que usan las computadoras moderadamente tienden a mejorar sus aprendizajes más que aquellos que raramente las utilizan, pero también que aquellos que usan las computadoras de forma intensiva.

Esto plantea que

- Las tecnologías por sí solas no generan cambios en el desempeño de los alumnos.
- Si no se llevan a cabo una serie de prácticas pedagógicas que no promuevan una relación enciclopedista no habrá mejoras en los aprendizajes.

Aunque parezca poco simpático podría suceder que las TICs no sean los elementos más importantes para permitir mejoras formales en el corto plazo en los aprendizajes. Pero sin embargo las tecnologías ofrecen grandes posibilidades a mediano plazo, aplicándolos a una exploración más social y creativa, mediante un uso más selectivo y estratégico.

El Centro Nacional de Educación y Economía de los Estados Unidos sostiene que no se verán grandes beneficios de la tecnología en educación sino se hacen grandes inversiones en la calidad de los docentes, se cambian los estándares para analizar el rendimiento de los alumnos, se hacen las inversiones para mejorar los planes de estudio y se cambian las formas de hacer exámenes.

Para la mejor comprensión de los procesos de aprendizaje debemos enfocarnos en la triangulación de tres vectores: contenido – contenedor – contexto.

Contenido

Es la materia prima del programa curricular. La selección de recursos didácticos, temas, disciplinas, saberes que forman parte del plan de estudios. Tradicionalmente todo esto apoyado en libros, aunque actualmente el acceso a los contenidos puede hacerse a través de un sin número de fuentes.

Según los conectivistas el valor ya no está únicamente en acceder al cuerpo de contenidos seleccionados, también radica en la capacidad de conectar esos contenidos con otros conocimientos, fuentes y perspectivas. Según esta perspectiva **la Red es el Aprendizaje**.

El programa deja de ser una guía lineal de navegación y pasa a ser un punto de partida de una red de saberes en vinculación abierta.

Contenedor

Es el soporte que almacena, transporta, intercambia, modifica, y hace posible la distribución y acceso, a los diferentes contenidos.

A partir de los 70 los contenedores clásicos como el pizarrón, el libro, el cuaderno y la enciclopedia, han coexistido con la televisión, las grabadoras, el retroproyector, la fotocopiadora, el proyector de diapositivas y el videoreproductor. Con la llegada de las tecnologías digitales las computadoras entraron a las aulas en todos sus formatos, con la particularidad de que dejaron de ser exclusivos elementos de consumo para pasar a ser también dispositivos de producción dando lugar a la nueva figura del prosumidor.

Por supuesto cuando se habla de contenedor no solo se trata del hardware sino también del software, e incluso la novedosa “nube”, que crea los contenedores ubicuos e intangibles.

Contexto

Son las circunstancias tanto físicas como simbólicas que favorecen las formas de enseñar y aprender. Estos contextos se ven influenciados por factores institucionales, normativos, relacionales, sociales, políticos, económicos y emocionales, entre otros. Los factores que forman parte del contexto interactúan de manera compleja.

Hay una corriente crítica que lamenta que los contextos escolares no se condicen con los cambios de la sociedad de hoy, es decir, que existe una creciente distancia entre contextos escolares regidos por la lógica de otras épocas frente a los acelerados cambios de nuestro tiempo. Vectores de cambio como la tecnología o la globalización se han convertido en elementos de transformación y no siempre están incluidos en el contexto escolar.

El análisis entonces debe surgir del vínculo de estos tres factores, ya que cuando se abordan solo contenido y contenedor, pero no un contexto adecuado, el resultado pasa a depender de las capacidades de quienes acceden a ellos.

El binomio contenido-contexto, donde no se tiene en cuenta los contenedores, centra el fenómeno en el intercambio persona a persona. Si lo que falta es contenedor pero están dadas las condiciones contextuales entonces se dan enormes posibilidades de enseñanza, es dónde se expresa la mayéutica.

En el duo contenedor-contexto, se identifican grupos o comunidades donde se carece de contenido relevante para compartir.

Actualmente los contenedores se han masificado, los contenidos son abundantes⁴³, y ante esa abundancia se requiere de la **curación**, sin embargo los contextos propicios no han escalado al mismo nivel de este crecimiento de contenidos y contenedores, por lo cual deben generarse nuevo contextos.

Otro factor muy importante para avanzar dentro del marco educativo es el de la **ciudadanía digital**.

Una ciudadanía digital críticamente activa es parte de la agenda pendiente, y significa abordar las oportunidades, desventajas, derechos y deberes que ofrece el uso de la tecnología. Aspectos como privacidad, libre circulación del conocimiento, inclusión, neutralidad de la red, participación, denuncias de abusos de poder, protección de los más vulnerables. La idea es poder crear personas concientes de las oportunidades y riesgos que ofrecen las tecnologías digitales. Y para ello es necesario alejarse en estas políticas de los anteriores experiencias que se centraron en el miedo.

Multialfabetismos para nuevos ecosistemas de creación y colaboración

Uno de los grandes retos del mundo de hoy es pasar de la globalización del consumo a una aceptación de la diversidad y tolerancia, resolver la tensión entre lo cultural propio y lo

⁴³ Según un estudio de Telefónica en 2013 estableció que el consumo de Internet entre los jóvenes Millennials es de 6 horas diarias, mismo tiempo que se utiliza para dormir.

ajeno. Al decir del profesor Panakj Ghemawat “el mundo no es plano”, pero no tenemos la suficiente mentalidad proglobalización que se supone que hay, los acercamientos interculturales son menos consistentes de lo pensado:

- De todos los minutos de llamadas telefónicas del mundo solo el 2% son llamadas internacionales.
- Del tiempo dedicado a leer noticias en línea se destina no más del 2% a lecturas de portales extranjeros.
- Solo entre el 10 y el 15% de los amigos en Facebook son del extranjero.
- Solo el 3% de la población mundial son inmigrantes de primera generación.
- Solo el 2% de los estudiantes universitarios estudian en países de los que no son ciudadanos.

Esta tendencia a sostener la vida localizada genera un conflicto respecto a las pruebas estandarizadas y parametrizadas con las que se intenta medir internacionalmente los rendimientos educativos y, lo que es peor, compararlos. No debemos confundir una realidad globalizada con una manera global de construir la realidad.

Más globalidad no necesariamente implica más diversidad, eso no se da naturalmente, hay que formar para una mayor diversidad, una que no se vincule con un estilo determinado de sociedad, sino con una cultura translocal que busque una mayor comprensión de culturas y formas de entender la realidad.

El conocimiento dominante ofrece una forma de poder, cuando se adopta una forma de conocimiento se reconocer en él una forma de poder, por es necesario mirar críticamente lo que se enseña a los estudiantes, si se les transmite una determinada visión de la realidad o se les forma en la capacidad crítica que permita cuestionar la realidad y construir el propio pensamiento.

Desarrollo de habilidades metacognitivas

En un contexto global de intercambios asimétricos y acelerados, se pueden desarrollar **habilidades metacognitivas** de orden superior, aunque el conocimiento enseñado sigue anclado en parámetros enciclopedistas que deja de lado las habilidades metacognitivas.

Las tecnologías no son disruptivas en sí mismas, lo son el uso que se hagan de ellas, a tal punto que pueden usarse nuevas tecnologías para replicar viejas prácticas, así como se pueden realizar actividades innovadoras sin nuevas tecnologías. Las tecnologías pueden enriquecer una buena enseñanza, pero una buena tecnología no puede compensar una enseñanza deficiente.

Paulo Freire impulsaba una pedagogía de la pregunta, porque preguntar es vivir la curiosidad, y dejar atrás la pedagogía de la respuesta que contesta a los alumnos preguntas que no se hacen. Por eso las plataformas digitales conectadas deben entenderse como espacios para construir nuevas preguntas y no para buscar infinitas respuestas.

Internet y las nuevas tecnologías son una puerta pero no una condición suficiente para aprender. Acceso no puede confundirse con uso de contenidos, ni uso de contenidos como aprendizaje, por eso no sirve contar las descargas para medir la utilización de

contenidos. Lo que escasea no es el acceso al contenido sino la capacidad de discriminar cuáles son los contenidos relevantes, es decir la capacidad de curar contenidos.

Más que pensar en “escuelas inteligentes”, es decir hiperconectadas y tecnológicas, quizás el camino es buscar “ciudadanos inteligentes”, concientes y proactivos al mismo tiempo que críticos frente a las transformaciones.

El aula de antaño ha muerto

Michel Serres sostuvo que “el aula de antaño ha muerto, aún cuando todavía no se ve otra cosa”.

El cambio de paradigma debe girar en torno tanto a recursos como a promover un abordaje crítico de contenidos, desde la perspectiva de la *Cultura Maker*, sujetos protagonistas y no pasivos consumidores de contenidos.

En el ecosistema digital no hay flujo si solo hay consumo, si no hay producción de nuevas creaciones, si solo se accede al saber de terceros sin generar sus propias contribuciones. Esto no significa que acceder o descargar sea negativo, ya que aprender es clave para crear, pero si el flujo no es bidireccional entonces el ciclo no es virtuoso.

Pasar del aprendizaje enciclopédico al pensamiento crítico es enfrentar a los alumnos a situaciones problemáticas.

Uno de los caminos es la **multialfabetización** basada en una amplia definición del concepto de “texto”, ya que incluir expresiones en formato verbal, visual, auditivo o numérico, y todas sus combinaciones.

En este camino aparece la reciente propuesta de Finlandia de hacer experiencias de clases sin las limitaciones disciplinares para volcarse a organizaciones temáticas abiertas, basándose en la idea de la “**antidisciplina**” elaborada en el MIT, que no es la suma de disciplinas, sino la capacidad de conectar diferentes miradas sobre un mismo objeto.

Nuevas formas de evaluar: La innovación pendiente

La cantidad enorme de contenidos accesibles hace necesario privilegiar la curación a la aparición repetitiva de los mismos contenidos, es decir la selección y recomendación de contenidos.

Hay que reconceptualizar el sentido de lo que ofrece la educación, ¿a quiénes formamos?, ¿para qué los formamos?

A diferencia de lo que se creyó en algún momento la Internet no es una biblioteca inagotable de libros, es más que eso, es una estructura de información reticular que ha logrado resignificar el valor del conocimiento, donde ya no es el experto el poseedor del conocimiento ni la escuela su único lugar de enseñanza. Existe una redefinición de los flujos de conocimiento entre los límites de lo público y lo privado, entre vida profesional y privada. Hoy la brecha no es únicamente de acceso.

Una habilidad que debe abordarse es la de la **literacia**, que se entiende como capacidad de aplicar los conocimientos en la vida real. Para ello debe localizarse información, comprenderla e interpretarla, para reaccionar y reflexionar.

Cesar Coll habla de una **nueva ecología del aprendizaje** que resulta un desafío a la educación formal y escolar, a partir de tres parámetros:

1. El aprendizaje se produce a lo largo y ancho de la vida.
2. El aprendizaje está y estará moldeado por las TICs
3. Desarrollo de habilidades transversales y competencias genéricas

El renacimiento de la evaluación

El Departamento de Educación de EEUU elaboró un informe donde marcaba su preocupación tanto por el excesivo énfasis puesto en la evaluación como por el tiempo destinado a este tipo de prácticas. Consideran que no es necesario que los niños pasen más del 2% del tiempo de sus clases dedicados a la evaluación, debiendo considerarse información destacada para evaluar las tareas, los proyectos, el ausentismo, la disciplina y el clima escolar; realizar minipruebas o microevaluaciones que se integren de forma natural en las actividades de aprendizaje, una evaluación continua no intrusiva. El objetivo es tener la visión más global posible de las necesidades del estudiante y su contexto escolar.

Incluso debe buscarse reconocer los aprendizajes desarrollados en entornos informales así como el impacto de los saberes formales en entornos extracurriculares.

El problema es que la excesiva preocupación puesta en las evaluaciones estandarizadas hace que los alumnos consideren que la escuela es evaluación, hace que a los docentes deja de gustarles enseñar y que se pierda tiempo y recursos.

Una idea central del problema es que enseñamos solo lo que podemos medir, al decir de Paulo Blikstein, y cuando reducimos algo tan complejo como el aprendizaje a un número, ocultamos mucho más de lo que podemos revelar. Las cosas más importantes que los estudiantes aprenden en la escuela no son fáciles de medir, y es fundamental superar esto reconociendo y valorando habilidades no cognitivas extracurriculares, definiendo habilidades no cognitivas como son la representación de patrones de pensamiento, sentimientos y conductas que las personas desarrollan dentro de la educación como a lo largo de su vida. Habilidades como perseverancia, responsabilidad o cooperación.

El error debe servir como solución activando la **retroalimentación positiva** y el reforzamiento, porque el error es una acción pero sobretodo es una oportunidad, un recurso para la comprensión y el impacto del aprendizaje.

La retroalimentación involucra a los estudiantes activamente para negociar el conocimiento, es decir, en lugar de indicarles la fórmula correcta dar claves para reformular aquello que está erróneo. La negociación implica una retroalimentación correctiva y ajustes contextuales.

Conclusiones

"Sobreestimamos el efecto de la tecnología en el corto plazo y subestimamos el efecto en el largo plazo". Roy Amara.

"La educación del futuro ya está aquí. Simplemente no está distribuida adecuadamente".

Cuando la realidad cambia tanto y tan dramáticamente surge la irresistible tentación de ir más rápido, pensar y actuar a mayor velocidad, pero esto es una trampa porque cuando las cosas cambian a toda velocidad lo ideal es retroceder unos pasos en lugar de verse seducidos por los cambios, detenerse a pensar, el apuro solo permite asegurar nuestros errores.

Los buenos docentes además de proveer información también aportan un componente humano imposible de reemplazar con máquinas. Los maestros toman miles de decisiones al planificar y dar clases, evaluando a cada paso. Decisiones morales que involucran su autoridad, las expectativas de los padres y el comportamiento de sus estudiantes, las decisiones de qué cosas son correctas o incorrectas invaden el aula, se definen conflictos cotidianos.

Existen una serie de factores inconmensurables pero de gran relevancia, y a veces mediamos lo que no es tan relevante.

Se pueden proponer una evaluación ampliada que explore saberes y destrezas que superen la instancia de los saberes tradicionales.

1. Capacidad de crear conocimiento. Se refiere a la transferencia de aprendizajes surgidos de la interacción de contenidos, contenedores y contexto propiciando la creación de contenidos a partir de colaboración, construcción y negociación de significados, interconectando saberes de distintas disciplinas y aplicando saberes formales en contextos informales.
2. Sentido de ciudadanía digital. Capacidad para acceder, recuperar, comprender, evaluar y utilizar, crear y compartir información de manera crítica, ética y responsable. Abordar los derechos, obligaciones, ventajas y desventajas que traen consigo el uso de las TICs.
3. Mentalidad global. Ayuda a interpretar el mundo y comprender su diversidad, tomando conciencia de que se es parte de una comunidad mundial. Incluye la mirada crítica sobre el tema de la diversidad abriéndose al respeto y la colaboración con culturas diversas.
4. Capacidad de aprender de manera flexible. Involucrar experiencias de aprendizaje basadas en proyectos o problemas. Capacidad de aprender a aprender y a desaprender. Incluye la curiosidad permanente y el interrogante constante como procedimiento para alcanzar nuevos saberes.
5. Instinto de autoexploración. Capacidad de impulsar caminos de autoaprendizaje, mediante actitudes de motivación, interés personal, emprendimiento, creación, innovación, conexión con otras ideas. Implica pensar críticamente y cuestionar todo.
6. Habilidad para el aprendizaje colaborativo. Tener competencias para compartir recursos, negociar significados y crear valor al intercambiar saberes, generar empatía y confianza, promover el reconocimiento entre pares.
7. Multialfabetismo. Poder interpretar, producir y valorar conocimiento en diversos formatos, ya sea verbales, visuales, auditivos y numéricos, y sus combinaciones. Habilidad para dialogar con todos los lenguajes cognitivos.
8. Artesanía digital. Intervenir la tecnología por medio de la comprensión de su funcionamiento, combinando innovación y creatividad en lenguajes como programación, diseño, animación, edición multimedia, videojuegos, producción de fotografías, música, uso de sensores, etc.

EL AROMA DEL TIEMPO ⁴⁴

BYUNG-CHUL HAN

Actualmente el problema del tiempo no consiste en un fenómeno de aceleración sino en lo que se ha dado en llamar *disincronía*.

La *disincronía* es la dispersión del tiempo y la ausencia de un sistema ordenador. La *disincronía* se produce por la atomización del tiempo, originalmente sucesivo y lineal, ya que una vez atomizado el tiempo en sucesos dispersos no es posible experimentar ninguna duración. La experiencia efímera de nuestra cultura está motivada precisamente por este comportamiento *disincrónico* del tiempo donde cada instante parece ser igual al otro, sin nada que los enhebre con algún significado; en ese marco temporal nada concluye porque nada comienza.

Byung Chul Han considera que no hay exactamente una aceleración del tiempo sino que estamos frente a un estallido temporal. Antes la coordenada del tiempo consistía en una serie de sucesos ligados uno a otro por la duración del tiempo en una sucesión lineal infinita, como un collar que enhebra sus cuentas una tras otra; hoy esa duración entre suceso y suceso es la que termina aniquilada por nuestra forma de vida, porque la demora nos resulta insoportable y eliminamos los intervalos entre los sucesos, como si quitáramos el hilo temporal que enhebra los hechos dejando que las cuentas se disparesen en distintos planos y direcciones.

De este modo explica Han que se comporta el tiempo para nuestro nuevo modelo cultural, no acelerándose, porque para acelerar necesitaríamos seguir entendiendo el tiempo en forma lineal, sino atomizándose en cantidad de hechos simultáneos, que acontecen sin demoras, sin pausas, sin descansos, sin vacíos.

En este tiempo de la *disincronía* debemos buscar rescatar de nuevo el tiempo de la vida contemplativa, ya que no tener una visión teleológica (que el tiempo nos lleve hacia alguna parte) ni una teología (que el tiempo tenga algún sentido de trascendencia) debe ser vivido como un problema existencial; máxime cuando nuestra vida actual marcada por el rendimiento y el trabajo produce una hiperkinesia que destruye la contemplación y que aniquila el tiempo y el espacio.

DES-TIEMPO

Tenemos el foco puesto en el Yo, nos encerramos dentro de nuestro cuerpo, que es lo único que se entiende como real, y nos obsesionamos por su salud al punto de cuestionar el hecho de la muerte, y por ende envejecemos sin hacernos mayores.

El *Último Hombre* de Nietzsche, ese hombre individualista, mediocre y conformista, es de enorme actualidad, un hombre con excesivo apego a la salud y un hedonista extremo, este hombre que aspira a una larga y sana vida aburrida y cuidada con el objeto de evitar la muerte, pero persiguiendo esa meta el hombre se agota antes de morir, es decir, muere a destiempo.

Es difícil morir en un mundo que no tiene final, que no tiene objetivo ni sentido, que navega sin rumbo y en el que no hay una estructura que determine como termina. Es un tiempo que pierde el

⁴⁴ Resumen del libro “El Aroma del Tiempo” de Byung Chul-Han

ritmo y se acelera por la realidad, y nunca concluye porque los diques que contenían el tiempo se han abierto y por lo tanto fluye libremente.

En la actualidad se ha perdido el sentido de estar a tiempo, vivir a tiempo y morir a tiempo, propio de la era del tiempo secuencial y lineal. Con el tiempo atomizado de hoy todos los momentos son iguales, no hay diferencias entre ayer, hoy y mañana, vivimos solo un presente sin rumbo.

Según Nietzsche, quien tiene una meta, o un heredero, quiere una muerte a tiempo justo, pero lo que no toma en cuenta Nietzsche es que la "muerte de Dios" que él mismo proclama, significa el fin de la historia, la pérdida del pasado y del futuro, por eso cuando se percata del problema postulará a cambio la idea del "eterno retorno" de lo mismo.

La contracción del tiempo en un presente permanente, dice Han, no es consecuencia de la aceleración como habitualmente se sostiene, sino que se debe a la falta de una estructura temporal secuencial de hechos, hace que los sucesivos presentes se transformen en expresiones divergentes, que se fugan de un centro fluyendo hacia cualquier sentido. Por eso considera que no es que el tiempo se acelere, porque el concepto de aceleración requiere de un aumento de la velocidad en un único sentido lineal, en cambio si algo se dispara hacia diversas direcciones entonces no se trata de aceleración sino de atomización.

La aparición puntual de presentes en diversas direcciones también anula la tensión dialéctica entre lo que ya es y lo que todavía no, entre pasado y futuro, entre causa y consecuencia, por eso a este presente de nuestros días le falta la tensión de esa lucha dialéctica.

No se trata de aceleración sino de atomización del tiempo, y eso se explica por la falta de narración lineal que produce que los espacios de duración entre los hechos desaparezcan comprimiendo los sucesos y dejándolos sin una dirección común, es lo que llamamos un tiempo de duración vacía.

A diferencia de un tiempo pleno vivimos en la instancia de un tiempo vacío que se dilata sin principio ni final, un tiempo desarticulado donde no hay un antes ni un después, donde no hay memoria ni esperanza.

La vida humana en la duración vacía se vuelve nada y la muerte se observa como algo externo porque como ya no hay una secuencia lineal no hay final, dejamos de considerar a la muerte como parte de la vida. Cuando en otros tiempos la muerte era vista como un elemento clave que demuestra la finitud de la vida se lograba dotar a la vida de sentido en un tiempo pleno. Puede hacerse una analogía con el dormir, ya que dormir bien sería una forma de final, una forma de muerte, por eso en la actualidad el insomnio es una conducta predominante en nuestra cultura como respuesta a la ausencia del tiempo. El sueño ha perdido su referencia.

Por lo tanto la supuesta aceleración del tiempo no es fuga ante la muerte, no se trata de que vivamos rápido para aprovechar el tiempo y que se trate de vivir más de una vida porque nos espera la muerte, es simplemente la repetición de sucesos comprimidos sin la presencia de la duración entre ellos. La atomización del tiempo de la vida hace que se viva cada hecho con más inquietud y confusión, sin la referencia de sentido ordenador que nos permitía la sucesión progresiva de hechos, saltamos de una vivencia a otra como saltamos de un presente a otro.

Han establece una diferencia esencial entre vivencia y experiencia, a diferencia de la vivencia que es puntual y habita en el instante, la experiencia se aloja en el pasado. Del mismo modo pasa con los conceptos de información y conocimiento, que se diferencian por su relación temporal; ya que el conocimiento requiere de una acumulación temporal, la información, al igual que la vivencia, está vacía de tiempo, es temporalmente neutra, y solo se almacena. En este marco recordar se transforma solo en recuperar información, mientras que se diluye la memoria del pasado histórico.

Hay ciertas actitudes y valores como la promesa, el compromiso y la lealtad que requieren de marcos temporales que vinculan el presente con el futuro; y actualmente es la pérdida de esa relación con el futuro es la que provoca las sensaciones de angustia e inquietud.

TIEMPO SIN AROMA

En el mundo mítico de los dioses se le otorgaba sentido a la existencia, se la dotaba de significado porque un mundo lleno de dioses era un mundo lleno de narración y de sentido, donde el orden requiere ser respetado y el tiempo es su guía. En el mundo de los dioses se seguía ese camino y se repetía el orden existente porque gran parte del sentido radicaba en la repetición de lo ya acontecido.

A diferencia del mundo mítico de los dioses el mundo histórico cambia, no es inmutable, se mueve en línea temporal sucesiva no en un mismo plano; el sentido no está ya en la repetición de las cosas sino en su sucesión y en el cambio, en el progreso.

En el tiempo histórico de la Modernidad el presente no dura, el tiempo fluye hacia adelante y cambia, el pasado y el futuro son elementos distintos y el presente solo un instante sin significación, nada es, porque todo será. En este tiempo es que aparece el acontecimiento, el hecho que anuncia el cambio, y el cambio no produce desorden sino que abre paso a un orden nuevo.

La Ilustración del siglo XVII, por ejemplo, dio forma a un orden nuevo, el de un tiempo abierto al futuro, al cambio, al progreso, un tiempo lineal, donde el hombre adopta cierta autonomía sobre la naturaleza, un hombre libre proyectado al futuro, y en ese objetivo sí la aceleración del tiempo se vuelve posible porque el tiempo tiene sentido en tanto progreso, y es en ese mismo movimiento en el cual el pasado también adquiere sentido ya que es responsabilidad del pasado sostener la línea del tiempo hacia el futuro, ya que la ausencia de sentido histórico sería un futuro vacío de significado.

Mientras el tiempo mítico se representaba como una imagen, a diferencia de aquel el tiempo histórico se observa como una línea lanzada hacia una meta, pero si esa línea pierde de vista el objetivo sus componentes terminan disgregados en diferentes puntos liberados, sin orden, sueltos. Por eso la idea de fin de la historia, de haber llegado al límite del progreso, típica de la caída de la modernidad, lo que produce es una descomposición de la línea significativa de tiempo en puntos atomizados y la mera información pasa a suplantar a la narración histórica.

La Historia tiene el efecto de dar orden y sentido a los hechos, ya que les otorga una hilación narrativa, porque sin esa hilación los hechos darían tumbos sin orden alguno.

Jean Baudrillard decía que en esta nueva cultura posmoderna la información da forma a una simulación de la Historia, pero en verdad la información constituye un paradigma distinto al histórico porque crea una temporalidad diferente, se trata de un tiempo atomizado, hechos como si fueran puntos dispersos y entre ellos el vacío, allí donde nada sucede.

Como en los vacíos nada sucede se genera aburrimiento, o en el peor de los casos se acerca a la muerte, nuestra cultura actual pretende eliminar esos vacíos uniendo los puntos dispersos y es por ello que las sensaciones se suceden y parecen acelerarse sin mayor sentido. Sin la secuencia narrativa en la que los hechos están mediados por la duración y la demora, hoy los hechos se suceden de manera histórica, sin detenerse, sin contemplación, puras novedades y vivencias.

Las instituciones modernas que aseguraban continuidad y duración también son víctimas de la atomización del tiempo, al igual que valores como el compromiso, la fidelidad o la promesa. La narración tenía el aroma del tiempo, ya que el aroma del tiempo surge de la duración, de la tensión narrativa cuando gana en amplitud y continuidad; la atomización, por el contrario, es un tiempo que en su aceleración se ha quedado sin aroma.

LA VELOCIDAD DE LA HISTORIA

Para Baudrillard la aceleración de todos los aspectos de la vida terminaron sacando al hombre de la órbita de referencia de la Historia, porque lo histórico requiere de la lentitud para que los acontecimientos se condensen. Es precisamente la atomización del tiempo la que permite que se plantee la idea del Fin de la Historia, de la ausencia de sentido, ya que al desenganchar un suceso de otro desprenden los acontecimientos de la órbita narrativa y esos hechos sueltos en el espacio pierden todo sentido.

Sin la vía narrativa los hechos se agolpan en un todo presente, y en esa amalgama se pierde incluso la relación jerárquica y se mezclan hechos con información y datos.

Cómo el tiempo se desarticula y pierde su hilación, sus momentos y etapas, entonces se crea la sensación de que el tiempo discurre más velozmente, los hechos no se vinculan profundamente unos a otros, se tocan superficialmente, pierden importancia, no construyen experiencia. La ausencia de narración permite la vinculación libre de hechos que no conducen a conclusión ninguna, y lo inconcluso aparece como un signo de nuestro nuevo siglo.

DE LA ÉPOCA DEL MARCHAR A LA ÉPOCA DEL ZUMBIDO

Sí bien la modernidad no es teológica, propia del tiempo mítico, no por ello es menos narrativa, pero no una narrativa divina sino una narrativa del progreso, la teleología del progreso.

Cuando la posmodernidad abandona la teleología del progreso se disipa la meta y el horizonte universal. Para Zygmunt Bauman el viejo peregrino moderno es reemplazado por el vagabundo posmoderno. Bauman vincula la idea de libertad con la de no tener vínculos ni compromisos, pero la libertad verdadera, dice Han, está en los vínculos y la integración, ya que su ausencia provoca miedos.

La palabra *libertad* proviene de la raíz indoeuropea "fri", la misma que comparte con amigo y con paz, por lo tanto libertad se entiende en la amistad y la relación, el vínculo nos hace libres no su

ausencia. No hay libertad sin sostén, y en un tiempo difuso como el actual, que desorienta, que no es fijo ni previsible, sumado a la ausencia de pautas temporales, se reduce los espacios de la verdadera libertad según Han.

La aceleración posmoderna abandonó el curso narrativo y en ese proceso estamos frente a un zumbido sin rumbo. Dijimos que la verdadera aceleración supone una dirección, y el mundo posmoderno carece de una dirección, los hechos se suceden atolondrados y a los tumbos, y la suspensión de la tensión narrativa hace que los hechos deambulen sin rumbo.

Cuando existe una línea con sentido, una sucesión narrativa, la aceleración es inevitable pero no se percibe como aceleración porque no se siente como molestia. La actual sensación de que todo pasa rápido tiene que ver con la imposibilidad de la demora y con la presencia del cambio permanente de vivencias. La sucesión incontable de vivencias no hace a una vida plena sino a una vida corta.

LA PARADOJA DEL PRESENTE

El intervalo es pasión y angustia porque media entre el presente y el futuro. El sentimiento de indefinición que genera la espera provoca inquietud pero también esperanza, es en esas transiciones donde suele hallarse el sentido, que es la diferencia entre el peregrino y el turista, este último solo va de aquíahora en aquíahora, el peregrino transita una ruta secuencial con un destino y un ayer.

Cuando se va de meta en meta el espacio que separa una de otra debe ser removido, y la aceleración esta en evitar el intervalo temporal que nos separa del intervalo espacial y hoy el intervalo y la espera se entienden como valores negativos que deben ser aniquilados. Se ha perdido el sentido del camino, su aroma, el mundo pierde significado semántico, se empobrece, tiempo y espacio pierden valor.

Las memorias digitales y Google permiten el acceso sin demorarse en el pasado, sin la temporalidad del olvido, son atajos, instantaneidad que libera el espacio, como el e-mail que evita la demora de la carta.

Hay que comprender que los intervalos no son tiempo demorado sino organizadores de la vida, sin ellos todo es una sucesión alocada de acontecimientos sin transición, sin principio ni final, las situaciones se abandonan sin concluir o entran en pausa para ir a otra y luego volver a iniciarla.

La instantaneidad se ha vuelto una pasión y el presente lo ocupa todo, hoy ya no hay espacios intermedios, vivimos entre la Nada y el Presente. Pero la vida humana sin intermedios se empobrece porque somos mucho más que la mera presencia. Porque si todo es aquí se elimina el allí, y la total cercanía destruya la lejanía. La ausencia de umbrales hace desaparecer la opacidad, todo se vuelve inevitablemente visible, todo está aquí.

Estamos frente a un tiempo discontinuo que impone decisiones permanentes pero ninguna definitiva. Al igual que en la red la vida actual está compuesta de links que pueden abandonarse y cambiar. El espacio digital se surfea no se camina, porque surfeando el cambio de dirección permanente está asegurado, nada se vuelve definitivo todo es precario.

En la red no hay tiempo continuo, no hay narración, no hay historia, nadie se detiene, la demora en un mismo punto solo genera aburrimiento. La desaparición de la narración da origen a la aparición de nuevas formas de percepción, por ejemplo la percepción de relaciones no causales al disolverse la linealidad narrativa, incluso conceptos tales como la verdad y el conocimiento, que remiten a lo pasado, se debilitan.

Este proceso alcanza a las cosas que también pierden duración, se agotan, perecen de manera prematura y prevalece la novedad. Ante la imposibilidad de la demora hacemos zapping por el mundo.

El aroma del tiempo requiere de la lentitud, se vincula al pasado y al recuerdo, incluso la verdad, como el conocimiento, requiere de una asociación significativa de cosas y relaciones pasadas. El goce inmediato no deja lugar a lo bello porque lo bello también requiere de la espera, del recuerdo que permite contraponer otra cosa que no sea bella. La belleza es contemplación y tiempo, no es prisa.

EL OLOR A MADERA DE ROBLE

La primera víctima de la aceleración es la vida contemplativa.

Vita Contemplativa

Aristoteles divide la vida en ocio y falta de ocio, entre tranquilidad y falta de tranquilidad. Obviamente el trabajo se vincula con la falta de ocio, lejos de lo bello y noble, porque para el filósofo griego solo la necesidad impulsa al trabajo, entonces la esencia del hombre estaría en el ocio, en la contemplación.

Aristoteles revela tres formas del hombre libre:

- La que aspira al placer
- La que desarrolla acciones nobles en la polis
- La que se dedica a la contemplación de la verdad.

La vida más plena para Aristóteles es la vida contemplativa, situada en la duración del tiempo.

El trabajo, para el filósofo griego, es una necesidad y roba libertad, por eso la versión antigua del ocio en nuestro tiempo es inaplicable, absorbidos como estamos por el trabajo, el cálculo y la eficacia. Aquel ocio no era considerado una acción pasiva, sino contemplación de la verdad, no es no hacer nada, al contrario, es reunión y recolección de sentido. El ocio es amor a la verdad, y la incapacidad de tener ocio es un signo de apatía.

En la Edad Media el ocio era una actividad privilegiada por encima del trabajo, entendida como momento de rezo y contemplación de la verdad, recién en la baja edad Media se modificará este concepto, Lutero va a relacionar el trabajo con la salvación divina, se valoriza la idea del actuar y con el ascetismo intramundano del protestantismo la salvación comienza a abandonar al cultor de la vida contemplativa y pasa a manos del ejecutor de la vida activa.

Max Weber, que ve en el protestantismo la lógica cultural del capitalismo, lo dice claramente, ya no se trabaja para vivir, se vive para el trabajo, y la pérdida de tiempo se transforma en un pecado entrelazando economía de trabajo y salvación. Tanto el descanso excesivo como el disfrute ostentoso se vuelven reprobables.

La palabra "Industria" deriva del latín laboriosidad. Y con la maquinización se acerca al hombre a la temporalidad de las maquinas, los tiempos de descanso son solo justificables como el intervalo necesario para regresar al trabajo. Hoy la relación ocio y falta de ocio se ha invertido y el ocio es solo una etapa de recuperación entre momentos de trabajo.

Cuando en el siglo XX se conforma la sociedad de consumo no se pierde la centralidad del trabajo que genera mayor cantidad de tiempos libres dedicados al consumo y a la rotación cada vez más acelerada de productos. Para ello los objetos de consumo no se someten a contemplación sino a uso y cambio, mientras, el tiempo de trabajo no tiene duración, se consume produciendo.

La absolutización del concepto de trabajo llevada a la integralidad de la vida produce un fenómeno complejo de carácter religioso y económico, al quedar ambos marcados por la dialéctica del amo y el esclavo. Para Hegel amo y esclavo entran en lucha para determinar que uno trabaja para dominio de otro, y es el miedo a la muerte lo que lleva al esclavo a someterse. Mientras el esclavo se aferra a la mera vida, el amo va más allá y aspira al poder y a la libertad.

La dialéctica del trabajo como dialéctica del poder lleva a que el esclavo se identifique con su trabajo y llegue a afirmar su yo a través del trabajo, el esclavo se perpetúa en las cosas que produce y esa es su libertad. El trabajo le hace libre, le da su conciencia y lo arroja a la lucha de clases.

Carlos Marx también sigue a Hegel y establece que lo esencial y diferencial en el ser humano es el trabajo, es el centro de la Historia. El esclavo se erige como sujeto del progreso histórico, es el único sujeto activo, y el amo constituye un elemento estático. El trabajo es para el esclavo el procedimiento que invertirá las relaciones de poder a su favor ya que la sociedad que llega a su conclusión es una sociedad del trabajo en la que todos trabajan. El final de la historia es una sociedad solo de trabajadores.

Pero debemos pensar, dice Han, que en realidad cuando el esclavo vence al amo no se libera, sino que sigue siendo esclavo, ahora esclavo del trabajo, porque el dispositivo del trabajo lo abarca todo, tanto al amo como al esclavo, todo es trabajo, nada le es ajeno, el tiempo es trabajo y reclama todas las fuerzas para sí.

En nuestra sociedad del trabajo el trabajo no te libera, como decía Hegel, sino que crea una nueva servidumbre. La dialéctica hegeliana del amo y el esclavo incurre en el error de suponer que ese conflicto se resuelve con el triunfo de la conciencia del trabajo, pero la conciencia, en ese juego dialéctico que no se interrumpe, solo podrá ser libre cuando se libere incluso de la compulsión al trabajo.

La idea de Hegel de que la historia es una historia de libertad en la que el trabajo lleva al hombre a elevar su conciencia y superar su estado animal no puede terminar con la sumisión al trabajo. La vita activa sigue siendo una forma de opresión si no incluye a la vita contemplativa.

Aquel sujeto marxista es ineludiblemente un sujeto trabajador y hoy es un sujeto también consumidor. Ambos, trabajador y consumidor consumen el tiempo, no acceden a la vida contemplativa ya que su única actividad se resume en producir y consumir; el sujeto actual conoce las pausas del ocio pero no la vida contemplativa.

Vita Activa o Vida Ocupada

Hanna Arendt considera que la vida contemplativa ha degradado a la vida activa al simple laborar, pero cae en el error en quitarle carácter activo a la contemplación, siendo que la vida contemplativa para Aristoteles era parte de la vida activa.

Cómo sostiene Arendt el pensamiento ha sido siempre virtud de unos pocos, y pareciera que cada vez menos pocos, sometida la vida contemplativa a la vida activa. Cuando falta tiempo para pensar se rehuyen las posiciones divergentes, y se empieza a odiar.

La velocidad hace desaparecer la ambivalencia, lo discreto, lo indeterminado, lo complejo. La melodía es rodeo pero la monotonía es directa, el pensamiento que carece de melodía es mero calcular y el cálculo es lineal mientras el pensamiento no, es discontinuo. En esa linealidad el cálculo se puede acelerar y no se vuelve más que una fase del trabajo. Como la vida activa expulsa la demora, el reposo expulsa al pensamiento.

Santo Tomás le dio gran importancia a la vida contemplativa porque es una forma de perfección, sin ella la vida activa se sume en solo trabajar. La vida ocupada sin ocasión contemplativa es incapaz de lo amable y lo bello, es producir y destruir, consumir el tiempo, al expulsar de la vida cualquier elemento apacible se termina en una hiperactividad letal. Mientras, la demora contemplativa produce tiempo, da amplitud al Ser, la vida gana en tiempo, espacio y amplitud cuando se ingresa en la contemplación.

La democratización del trabajo debe acompañarse de la democratización del ocio para que no se convierta en esclavitud.

"Por falta de sosiego nuestra civilización desemboca en una nueva barbarie"

Fredric Nietzsche.

COMUNICACIÓN Y PODER

Reseña del libro “Comunicación y Poder” de Manuel Castells

La hipótesis con la que se maneja Castells es que la forma esencial del Poder está en la capacidad de moldear las mentes colectivas. El Poder se puede ejercer mediante la fuerza (o la promesa de utilizarla) o bien mediante la construcción de significado mediante discursos de los actores sociales.

La fuerza por sí sola no genera poder, sirve para establecer un orden e imponer reglas, pero la continuidad de ese orden y esas reglas dependerá de la capacidad de moldear la mente, y en ese camino la comunicación es esencial, ya que es a través de la comunicación que las personas interactúan con su entorno social.

Debe entenderse al poder **no como un atributo, sino como una relación**, por eso la imposición de poder solo por la fuerza no es poder, ya que anula capacidad de relación de una de las partes, lo cual no quiere decir que la fuerza no sea una acción social de alto significado.

Violencia y Discurso son los dos factores esenciales en la construcción de relaciones de poder pero cuanto mayor es el peso de la construcción de significado en nombre de valores e intereses determinados para actuar en una relación de poder, menor necesidad de ejercer coacción existirá. Por eso “el Poder de la Comunicación está en el centro de la estructura y la dinámica de la sociedad”, la cuestión es determinar quién, cómo y por qué construye y ejerce las relaciones de poder mediante la gestión de los procesos de comunicación.

Y esto sirve tanto para la afirmación del poder como para la lucha contra el poder, ya que el poder depende del control de la comunicación al igual que el contrapoder depende de romper ese control.

Como dijimos la relación violencia-comunicación en las relaciones de poder es parte sustancial, por lo cual el Poder de un Estado se legitima en tanto responde a la creación de significado compartido, y no cuanto más coacción sea capaz de establecer.

Los Estados tienen la capacidad del ejercicio de la violencia y la respaldan mediante la construcción de un discurso que enmarca ese ejercicio, y ese discurso suele estar respaldado a su vez por otras instituciones, como pueden ser la iglesia, la universidad o los medios.

No hay que perder de vista que las relaciones de poder son siempre de intereses, y darle poder a un sector es siempre hacerlo en contra de otro sector. Ejercer el poder es hacer algo siempre en contra de alguien o de los intereses de ese alguien.

Para Geoff Mulgan el Estado basa su poder en tres capacidades: violencia, dinero y confianza.

El estado concentra la fuerza, recursos económicos y poder para moldear las mentes mediante los sistemas de educación y de comunicación; y de estos tres factores el más importante es el del poder sobre las ideas ya que la fuerza solo se ejerce en forma negativa y el dinero dándolo o quitándolo, pero las ideas tienen una capacidad de transformación inconmensurable.

Las sociedades no son organismos que compartan valores e intereses, sino que son espacios de disputa, lucha y controversia, son zonas de conflicto que se detienen mediante acuerdos temporales o inestables que son transformadas en posiciones de poder por los actores sociales que lograron una posición ventajosa en esa disputa.

Así se entiende aquella afirmación de que el Poder es relación y no atributo.

En ese proceso de controversia que se da en el espacio social para imponer una posición en contrario a la establecida, alternativa, la oposición debe construir un discurso que logre vencer la capacidad discursiva del Estado para luego neutralizar el uso de la violencia, y ese discurso también debe pasar por las redes de comunicación.

Por tal objetivo hay que entender tanto a los medios de comunicación tradicionales como a las redes horizontales de autocomunicación de masas que permite la Internet, ya que estas últimas permiten a las personas autonomizarse de los medios y convertirse en receptores-emisores de mensajes.

Pese a todo esto los poderes del Estado en el mundo global se relativizan, ya no se trata de aquel poder institucionalmente establecido de siglos anteriores, por eso es que cabe analizar qué sucede con esta transformación. Ulrich Beck pone el acento en comenzar a analizar la cuestión de las redes, porque las redes exceden lo puramente espacial, ya que cada red (económica, política, financiera, educativa, etc.) tiene su propia configuración tiempo-espacio.

En este marco el Estado es solo un nodo en el fluir de estas redes globales, las que dan forma a la Sociedad Red, y por eso su poder es relativo.

La Sociedad Red es global, y es global no porque todos los habitantes del mundo puedan participar de ellas, sino porque sus efectos alcanzan a todos sin excepción.

La Sociedad Red debe ser entendida como una arquitectura global de redes que se configuran y reconfiguran constantemente por medio de los poderes existentes en cada red.

Dentro de esta arquitectura de la Sociedad Red hay redes cuyas características pueden volverlas dominantes según el valor que se considere predominante. Si se considera esencial la producción las redes del dinero juegan un rol fundamental, pero si el valor es la imposición de la fuerza ese lugar lo ocupan las redes militares, pero podría pensarse que aún así las redes de tecnología e información son las más dominantes ya que de su funcionamiento dependen las redes militares o las financieras, por ejemplo.

Pero sabemos que también constituye un valor para la Sociedad Red la transformación de la mentalidad de las personas, si esto es así entonces las redes de los medios de comunicación se transforman en esenciales ya que en ellas radican los mensajes e imágenes que llegan a la mente de las personas.

Esta arquitectura no hace más que ratificar el carácter de estructura multidimensional de la Sociedad Red, según la lógica de valor que se estime predominante.

Incluso el “valor” es una expresión del poder, y quien tiene el Poder es quien a menudo decide qué es lo más valioso.

EL PODER EN LA SOCIEDAD RED ES EL PODER DE LA COMUNICACIÓN

“Comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información”, y los significados solo se comprenden en el contexto de las relaciones sociales en las que se desarrolla este proceso.

La comunicación puede ser interpersonal o social, y en este último caso es lo que llamamos comunicación de masas.

La comunicación interpersonal es interactiva, la social es unidireccional, pero la aparición de Internet rompe esta lógica y aparece una comunicación interactiva de muchos a muchos, y esto es la autocomunicación de masas.

Comunicación interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas coexisten e interactúan y se complementan.

La comunicación social ha sufrido transformaciones fundamentales en el siglo XXI que la han potenciado y reconfigurado:

1. Comercialización global de los medios de comunicación
2. Concentración económica de medios
3. Segmentación de mensajes y de audiencias
4. Formación de Grupos Empresarios Multimedia
5. Convergencia telefonía, Internet, tecnología

La televisión sigue siendo el medio de comunicación masivo por excelencia, pero vive también una profunda transformación producto de la fragmentación de las audiencias. Para hacer frente al cambio es que se ha reformulado convirtiendo los viejos medios en enormes corporaciones globales que concentran propiedad, multiplican medios y homogenizan mensajes.

Paralelamente, la Internet ha sido la tecnología de más rápida difusión en la historia de la humanidad, no solo en cantidad de usuarios en incremento permanente, sino también en penetración social, ya que la comunicación es un servicio al que incluso los pobres priorizan en sus gastos escasos.

El trato que tienen los usuarios con Internet es diferente al que tienen con la televisión. No se mira o se escucha la Internet, se “vive” en Internet, ya que múltiples factores cotidianos como contactos, trabajo, estudio, entretenimiento, política, información, pasan por el tejido de la red.

Por eso el crecimiento de las redes horizontales en Internet no cesa, dando forma a la blogósfera global. Los usuarios, que son productores y receptores de mensajes, han gestado la revolucionaria autocomunicación de masas.

Estas redes horizontales han sido creadas por iniciativa, interés y deseo de las personas, son multimodales y permiten la gestión de archivos de todo tipo, dando forma a proyectos cooperativos de enorme escala como Wikipedia, plataformas de intercambio de archivos o foros de todo tipo de temas.

Las comunidades en línea crecen, y no como algo virtual, sino como una virtualidad real que se integra con la interacción de la vida diaria, la capacidad de estar “conectado”. Si bien la telefonía celular ofrece movilidad, la mayor cantidad de mensajes y llamados que se realizan desde un celular se efectúan en la casa, el trabajo o el lugar de estudio, no en tránsito, por lo cual lo que se valoriza es la conectividad más que la movilidad.

Autocomunicación de masas es contenido autogenerado, emisión autodirigida y recepción autoseleccionada por todos aquellos que se comunican.

Mientras la autocomunicación de masas se expande, los medios de comunicación globales también. Estos medios globales que en realidad lo son parcialmente, ya que si bien las redes y soportes son globales, los contenidos suelen estar adaptados a realidades regionales o locales; se arman para enfrentar la transformación en base a cuatro preceptos:

1. **Propiedad concentrada.** En la década del 90 las fusiones y adquisiciones de medios llegaron a su máximo nivel. En Estados Unidos se pasó de 29 empresas de medios dominantes en 1987 a 5 empresas en 2004, lo mismo sucedió en el resto del mundo. La concentración no solo respondió a la competencia, sino esencialmente a la formación de redes a expensas de pequeñas empresas locales o regionales.
2. **Integración vertical:** oferta de múltiples plataformas para un mensaje, o diversos formatos para una plataforma para aumentar la capacidad de distribuir productos, el caso del Triple Play.
3. **Segmentación de audiencias** para maximizar beneficios. Ampliación y multiplicación del negocio de la publicidad, ya sea publicidad tradicional o publicidad no tradicional (PNT). Inclusive el negocio de la publicidad en Internet crece incesantemente a niveles superiores a cualquier otro medio.
4. **Integración horizontal, economía de sinergias.** La capacidad de reproducir contenido por distintas plataformas genera sinergias económicas, compatibilizando las redes que se fusionan en.

Por otra parte las redes de comunicación establecen conexión con otras redes de comunicación, como pueden ser las finanzas, la tecnología, la política, la cultura o el estado; y esto se puede observar en la reiteración de nombres en los diversos directorios de las empresas de cada red, filiaciones cruzadas entre redes.

En lo que hace a los directorios de las redes de medios suele haber un entrecruzamiento profundo con los de las redes financieras, y estas relaciones no son neutrales.

POLÍTICAS REGULADORAS

Existen cuatro ámbitos de regulación: difusión, prensa escrita, Internet y redes de telecomunicación.

Hay tres áreas de regulación transversales a estos cuatro ámbitos: regulación del contenido (derechos), regulación de la propiedad y regulación de los servicios.

En cuestión de regulación de los medios, los Estados tienen una especial predilección por amenazar con una premisa esencial en Internet que es la “neutralidad de la red”.

Neutralidad de la Red es respetar la infraestructura de la red como un espacio de uso común que no puede bloquearse o condicionarse de parte de los operadores hacia los usuarios.

Los usuarios de Internet y las empresas de tecnología y proveedores de contenidos defienden el acceso directo a la red; mientras que los operadores de redes pretenden diferenciar entre acceso y tarifas para conservar su control privado y son estos operadores de la red los que están tomando control sobre ella, con el apoyo general de los gobiernos, que también guardan intereses de control.

Sobre la Internet se enfocan las ambiciones de poder del capital y del estado.

COMUNICACIÓN POLÍTICA

Las emociones humanas tienen un papel central en el proceso político, especialmente dos: el miedo y la esperanza.

Los mensajes políticos se dirigen hacia el miedo o hacia la esperanza. El miedo apunta a la autoconservación, mientras que la esperanza lo hace a la supervivencia. Cuando los medios cuentan historias su impacto difiere, siendo las historias más efectivas las que provocan miedo en las audiencias.

Los estudios actuales sobre comunicación política hacen cada vez más hincapié en la cuestión emotiva, siendo que los últimos estudios de neurociencias vinculan la emoción y el pensamiento en la toma de decisiones. Así es que los mensajes políticos que se dirigen al entusiasmo tienen el objetivo de movilizar a los votantes, mientras que los que motorizan el miedo introducen incertidumbre al ciudadano.

La forma en que sentimos estructura la forma en que pensamos y esta en la forma en que actuamos.

Hay cuatro grandes procesos que intervienen en la relación entre medios y personas durante la emisión y recepción de noticias, a través de los cuales los medios indican a las audiencias qué es lo que tienen que pensar

1. **Establecimiento de la agenda:** los medios influyen enormemente en lo que piensa la gente.
2. **Priorización:** dentro de la agenda establecer qué asuntos tienen mayor importancia
3. **Enmarcado:** seleccionar y resaltar algunos aspectos de los hechos y establecer relaciones entre ellos para promover una determinada interpretación. Ante la ausencia de marcos propios de parte de la audiencia, ella tomará los marcos que los medios sugieran. Ejemplo es el enmarcado del terrorismo.

4. **Indexación:** los medios otorgan mayor relevancia a ciertos hechos según el interés que tengan sobre un asunto particular.

Pero los medios no solo sugieren sobre qué tenemos que pensar, sino también qué es lo que tenemos que pensar, y esto es muy importante porque una definición simple de Poder es la capacidad para que otros hagan lo que uno quiere.

Incluso esto mismo sucede entre medios, ya que existe un nivel de jerarquías y hay medios que influyen en su agenda sobre otros medios, típicamente la prensa escrita influyendo sobre las agendas de los medios audiovisuales.

El fenómeno de “enmarcado”, capacidad de generar marcos de comprensión y significado de parte de los medios, se puede observar con claridad en el proceso que llevó a Estados Unidos a declarar la guerra a Irak, luego de que se impusiera el marco político de la supuesta posesión de armas de destrucción masiva de parte de los iraquíes, cosa que después se reveló falsa, pero que a través de la reproducción en los medios del discurso del poder político convenció de una mentira a las audiencias.

La idea básica es que las personas tienden a creer lo que quieren creer, filtrando la información para adaptarla a sus criterios previos. Por eso en un ambiente de terrorismo como el que se vivía en Estados Unidos a comienzo de siglo, la población estaba dispuesta a creer que Irak tenía la capacidad de atacar a Estados Unidos.

Los esfuerzos para convencer a los norteamericanos de esto trabajaron sobre dos factores: guerra contra el terror y patriotismo. El gobierno de Bush y los medios vincularon la guerra contra el terror con la guerra contra Irak, imágenes que afincaron en la mente de la gente, activando la emoción más fuerte: el miedo a la muerte.

En este caso el gobierno “enmarcó” a los medios, y los medios “enmarcaron” a sus audiencias.

Incluso el gobierno fue suficientemente veloz para cambiar el marco de la generación de significado, ya que cuando se reveló falso el marco de las armas de destrucción masiva, inmediatamente construyó el marco del discurso del salvamento de la sociedad iraquí y luego el de la guerra de autodefensa contra Al Qaeda.

Lo que queda claro es que los gobiernos utilizan a los medios para generar agenda y que los medios enmarquen a sus audiencias. Solamente si el tema genera divergencias podrán existir marcos y contramarcos según la posición que puedan tomar los medios.

CONSTRUIR PODER CONSTRUYENDO IMÁGENES

Reiterando que las relaciones de poder se basan en modelar las mentes, y teniendo en cuenta que es a través de imágenes la mejor manera de alcanzar ese objetivo y que las imágenes son la materia prima de los medios de comunicación, debemos concluir que para la política es fundamental una política mediática.

De todos modos el hecho de que la política atraviase a los medios no significa que los medios ostenten el poder, no son el Cuarto Poder, como se decía hace unas décadas, son mucho más

que eso, son el espacio donde se crea el poder, donde se cruzan las relaciones entre actores políticos y sociales rivales, todos pasan por los medios.

Los medios no son neutrales (aunque pretenden serlo), sus mensajes están mediados por sus intereses profesionales y empresariales, no debemos perder de vista que los medios de comunicación son esencialmente un negocio.

Por lo tanto la política se vuelve mediática para ampliar sus espacios de llegada, y este cambio no se limita solo a la campaña electoral, es una acción constante y permanente en la actividad política porque influir en las noticias del día es el objetivo de todos los estrategias políticos.

FILTRADO

Se le llama filtros a las formas de acceso a los medios y hay una amplia gama de ellos.

Las formas tradicionales de la política parlamentaria no son muy acordes a los nuevos tiempos ya que las audiencias masivas perciben los temas a través del lenguaje del infoentretenimiento, en su sentido amplio, no solo diversión sino también tragedia.

El mensaje de la política mediática debe ser sensacional, teatral, simple; y esto se resumen en la imagen, y la imagen de mayor identidad es el rostro humano. A muchos ciudadanos se les escapa la posibilidad de comprender asuntos políticos complejos, pero todos se sienten en capacidad de evaluar el carácter de los otros, a partir de una perspectiva emocional. Por eso los medios necesitan candidatos con estilo de celebridad, que encaje en el infoentretenimiento.

Esta modalidad responde a la política centrada en los candidatos, incluso el mismo candidato expone mensajes destinados a diferentes recortes de audiencia, diferentes intereses.

Por eso es que los candidatos se han ido liberando de los partidos políticos a partir de la TV primero y ahora de la Internet. Pueden hacer una campaña centrada en ellos mismos sin necesidad del marco partidario. La liberación del candidato y el partido es una de las grandes consecuencias de la política mediática y el camino hacia la política del escándalo.

Esta lógica de filtrado de acceso a los medios sirve tanto para los políticos oficialistas como opositores, ambos mantienen la misma lógica, generar noticias con el mismo estilo mediático.

Para organizar esta nueva modalidad de comunicación política a través de los medios es que se han creado los llamados *think tanks* (tanques de pensamiento) que reúnen a expertos, estrategas y especialistas mediáticos al servicio del político.

Los *think tanks* tienen como objetivo analizar las tendencias, comprender los mecanismos cognitivos de la gente y diseñar tácticas eficientes. Suelen estar solventados por las elites económicas y sociales dado que requieren importante financiación, y por lo general son organismos de análisis de tendencia conservadora, aunque cada vez más los sectores de izquierda han comenzado a construir sus propios think tanks.

Quizás la diferencia esencial entre los *think tanks* conservadores y los progresistas es que los primeros se enfocan en los medios, mientras que los segundos lo hacen en el análisis político.

Una estrategia de los *think tanks* es realizar lo que se conoce como “investigación de la oposición”, hurgando en las miserias de los contrincantes, evaluando la vulnerabilidad sobre el candidato opositor e incluso el propio.

La correlación directa de la política mediática es la política del escándalo, que no necesariamente está vinculada a la corrupción, la política del escándalo es la política de la intimidación y de los hechos que rompan con las convenciones de una determinada sociedad.

Internet ha contribuido a la política del escándalo abriendo el canal de denuncias a todo tipo de fuentes desnudando la intimidad del político, y al mismo tiempo ofrece un canal para la emisión viral de cualquier noticia en cualquier formato.

La política del escándalo ha sido posible porque al separar el candidato del partido se debilitan los compromisos ideológicos y se afirman las expresiones personales.

Una consecuencia no deseada de la política del escándalo es el efecto cansancio entre los ciudadanos tras la ininterrumpida sucesión de escándalos, porque el escándalo como definición requiere que contraríe las ideas generalizadas de los individuos, en cambio si la corrupción es algo que forma parte del escenario político habitual un escándalo de corrupción banaliza el hecho, no genera ningún impacto.

CRISIS DE LEGITIMIDAD POLÍTICA

La crisis de legitimidad política consiste en la incredulidad general en el derecho de los políticos a tomar decisiones en nombre de los ciudadanos para el bienestar de la comunidad. Se entiende a los políticos como un colectivo al que hay que soportar o resistirse cuando eso es posible.

Es posible encontrar relación conducente entre la política mediática del escándalo y la pérdida de legitimidad política, y aquí ingresan los medios. Pero los escándalos mediáticos impactan en la legitimidad de cualquier institución, como se puede observar con el caso de los escándalos de pederastía en la iglesia católica por ejemplo.

Lo paradójico es que en esta intervención necesaria de los medios en la política del escándalo que deslegitima a los políticos termina deslegitimando a los medios mismos, convirtiéndose el medio en un “mensajero suicida”.

De todos modos la crisis de legitimidad política no disminuye la participación política.

MOVIMIENTOS DE OPOSICIÓN

A los actores sociales que aspiran a generar un cambio cultural (de valores y creencias) se los considera **movimientos sociales**, y a los procesos que aspiran al cambio político, se los considera **comunidades insurgentes**.

Tanto movimientos sociales como comunidades insurgentes se construyen en el espacio público, que es el espacio de la interacción social, donde se gestan los valores, las ideas y las creencias, se respaldan y se combaten

Y el espacio público del siglo XXI lo constituyen las redes de comunicación, sumando también las redes horizontales, por lo cual los movimientos sociales y las políticas insurgentes tienen acceso a este espacio público para difundir sus mensajes.

Movimientos sociales

Caso 1: Movimientos ecologistas

El ecologismo cambió la forma de pensar la naturaleza de nuestra sociedad, antes afirmada en el productivismo y el control de la naturaleza por el hombre.

Fue en la década del 80 cuando la que la actuación de los movimientos ecologistas comenzó a romper el esquema cultural tradicional y a cambiarlo por uno nuevo. Para ello utilizó a los medios en su propia lógica, cuando los medios comenzaron a transmitir la problemática del calentamiento global desde el miedo comenzó a modificarse la visión de la sociedad, a ello sumaron la presencia de famosos y la utilización de las redes horizontales, y terminaron afectando la visión tradicional del tiempo, del espacio y de los límites de la sociedad, que se estiraron hacia el compromiso con las generaciones futuras.

Caso 2: Movimientos alterglobales

Desde finales de la década del 90 comenzaron a escucharse voces en contra de las políticas neoliberales afirmadas en el Consenso de Washington y sostenidas por las organizaciones del poder global como el G8, el Fondo Monetario internacional, la Organización Mundial de Comercio, el Banco Mundial y otras.

Estos movimientos se articularon para dar forma al Foro Social Mundial que se crea en 2001 bajo el lema “otro mundo es posible”. Con el tiempo se fueron marcando las diferencias de perspectivas e intereses entre muchos de estos grupos por lo cual su accionar fue desapareciendo de las calles y de los medios para refugiarse en las redes de Internet. Todos convergían en cuestionar las formas de la globalización pero diferían en sus proyectos.

La descentralización de esta protesta le quitó visualización en los medios pero afirmada en miles de reclamos locales fueron permeando el debate público y haciendo de la red su espacio y en algunos casos su fin (como el movimiento en defensa de los códigos abiertos en la informática). La descentralización y ramificación de este movimiento social se convirtió en todo un modo de expresión política, autogestionada y autogenerada.

Podemos citar al anarquista ruso Voline que a comienzos del siglo XX manifestaba que *“la sociedad tiene que estar organizada, libremente, socialmente, y sobretodo desde abajo. El principio de organización no debe partir de un centro creado para capturar el todo e imponerse sobre él, sino que, por el contrario, debe proceder de todas partes y crear nodos de coordinación”*.

La ira ha sido históricamente el sentimiento que ha movilizado las revoluciones, pero para que la ira se exprese debe estar comunicada, transmitida. Los movimientos sociales alterglobales usan la ira para su impulso y es por esa razón que el control y manipulación de parte del poder político y económico de los canales de comunicación es vital para sus intereses.

Por otra parte la ira tiene una manifestación espontánea, rara vez liderada. En este caso la capacidad de la gente de establecer redes de información en tiempo real es fundamental, y esa herramienta por ejemplo es el teléfono celular.

Los SMS de los celulares son información que se recibe de gente conocida, es decir confiable, y por ende reproducible a otros contactos confiables y así sucesivamente de manera indefinida. De esta forma se crea una movilización, como la que dio por tierra con las aspiraciones reeleccionistas del gobierno de Aznar en España en 2004 luego de que el Presidente mintiera sobre los responsables del atentado a los trenes de la estación de Atocha. El gobierno, apoyado por los medios, culpó al nacionalismo vasco, siendo que los verdaderos responsables fueron los terroristas de Al Qaeda. Una vez que la gente se enteró de la verdad fue autoconvocándose por mensajes de texto para expresar su disgusto hasta que oradó las posibilidades electorales de Aznar que fue derrotado en las elecciones llevadas a cabo una semana después.

Esto demuestra que las tecnologías son relevantes según el tipo de apropiación que la gente hace de ellas.

Comunidades insurgentes

La Sociedad Red se define por una conformación dual: individualismo en red y comunalismo.

Por un lado la cultura del individualismo que da forma a las relaciones sociales en base a sujetos autodefinidos que pretenden interactuar con los demás en base a sus propios valores e intereses, más allá de tradiciones y jerarquías.

El **individualismo en red** es una forma de vida, no una forma de organizarse, porque construye una nueva sociedad más que reproducirla, en base a valores y proyectos propios de cada individuo.

Por otro lado en una sociedad de riesgo y precariedad aquellos que se sienten inseguros y vulnerables buscan refugio en comunidades que responden a sus identidades, este **comunalismo** a veces se convierte en trinchera de resistencia contra el orden social.

Del cruce de ambos, individualismo y comunalismo, pueden surgir movimientos que reaccionan a la opresión y transforman su protesta en acción conjunta, estos movimientos se convierten en **comunidades de práctica**, también llamadas comunidades insurgentes.

La comunidades comparten valores y normas por criterios concretos: nacionalidad, religión, sexualidad, etc.; pero las comunidades de práctica se convocan por un factor que las une temporalmente, tal es el caso de las comunidades insurgentes instantáneas apoyadas en las redes tecnológicas.

Como hemos visto la participación política es esencial para mantener viva la democracia y estas comunidades de práctica reunidas en torno a una idea política funcionan para tal fin.

Resumiendo, los movimientos sociales ofrecen la posibilidad de crear un mundo diferente, distinto al de la reproducción de normas, aportando nuevas prácticas, nuevos actores. Son los insurgentes que desafían la inevitabilidad política.

Cuanto mayor sea la autonomía de los sujetos que comunican respecto a los que controlan los nodos de la red de comunicación mayor será la posibilidad de introducir mensajes que confronten con los valores dominantes y los intereses de esas redes, y en ese sentido son las redes de autocomunicación de masas los caminos ideales.

Los poderosos han vigilado a los súbditos durante toda la historia humana, ahora los súbditos pueden vigilar a los poderosos gracias a un uso específico de la tecnología.

Frente a las comunidades insurgentes y los movimientos sociales, los gobiernos, las empresas, las mafias, las iglesias, los grupos de interés de todo tipo, se han puesto como objetivo controlar para su propia seguridad las redes de autocomunicación social, por eso resulta esencial sostener los movimientos que tienen como objetivo lo contrario, conservar la libertad en la red.

EL PODER

Dijimos que el poder se ejerce construyendo significados en la mente de las personas mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes, incluido el uso de la autocomunicación de masas.

Aunque las teorías tradicionales apuntan al poder como monopolio de la fuerza por parte del Estado, la capacidad para usar con éxito ese monopolio depende del enmarcado individual y colectivo de las mentes, enmarcado en el que participan las redes de medios en conjunto con el poder político.

Por eso la guerra de Irak fue posible gracias a la preparación de que fue objeto la población norteamericana mediante un marco informativo que hizo posible la aceptación de buen grado de la guerra.

El proceso de construcción de significado se da en un contexto global, local y diverso, pero todos coinciden en un punto: la construcción simbólica depende de los mensajes y marcos mentales creados por las redes de comunicación de masas.,

Entonces si el poder es construir significado, y la construcción de significado depende de la acción de los medios de comunicación parecería lógico concluir que el Poder reside en los medios.

Pero no, porque los medios son el mensajero pero no son el mensaje. Lo que hay que buscar es el origen del mensaje.

La red de comunicación no es el poder en sí mismo, sino que es el objeto cuyo uso establece relaciones de poder, recordemos que el poder no es un atributo, sino un proceso.

En ese uso aparece el **poder de conectar en red**, que es el poder de generar filtros de acceso a los medios, formas típicas de la política para estar en la red, como el caso de la política mediática y la política del escándalo. El problema para este poder es que hoy existe la Internet para romper ese monopolio comunicativo de una sola dirección.

Vivimos en un mundo de redes de comunicación, y existe el **poder en red**, que es el que ejercen unos nodos sobre otros nodos dentro de la red. En materia de comunicación quiere decir quién establece la agenda, quien marca los temas de los cuales se habla.

El tercer ejercicio de poder es el **poder para crear redes**, que es la capacidad para crear una red de comunicación mediática, los propietarios de los medios, que son quienes deciden el contenido y formato del mensaje, en estrecho vínculo con redes políticas y económico-financieras.

Quienes tienen el poder de crear redes son a su vez redes, con una estructura y objetivo precisos, que transmitirán en los medios.

La paradoja es que cuanto mas invierten las empresas en ampliar y mejorar sus redes, más herramientas le brindan a la gente para desarrollar sus circuitos de autocomunicación de masas y convertir el ciberespacio en la herramienta que tiene a gente para desafiar el poder de las empresas y dismantelar la autoridad de gobiernos.

Pero, ¿es el Poder entonces de los propietarios de las redes?

Podríamos suponer que sí, que los dueños de las redes, los que producen bienes culturales, son los que ejercen el poder sobre las mentes de las personas. Pero si aceptamos esto dejamos de lado el drama real de las luchas por el poder en el mundo.

Los dueños de los medios construyen las redes, nos dicen sus pensamientos, nos venden su cultura, ganan dinero, pero no necesariamente logran imponernos sus valores (a veces sí).

Las redes de comunicación son esenciales para la construcción de poder, y también de contrapoder políticos, pero los dueños de las redes de medios suministran a otros actores sociales sus plataformas para construir significados. Ejercen el poder de controlar el acceso a las redes, pero los que producen el mensaje son actores políticos, que a su vez representan y responden a otras redes (empresariales, financieras, religiosas, etc.).

Los dueños de los medios no establecen los programas políticos, aunque tampoco son meros y neutrales transmisores, controlan el acceso y dan formato a los mensajes según sus propios intereses, gestando lo que se conoce como política mediática, que es una interfaz entre las redes políticas y las redes de medios.

Finalmente queda claro que las redes de medios son en su mayoría propiedad de corporaciones empresariales, vinculadas con el poder de las redes políticas y las redes económico-financieras.

Las redes financieras se encuentran por fuera del control de los estados, son “**autómatas globales**” que funcionan en base a lógicas propias que mucho tienen que ver con los flujos informativos despertando expectativas o desatando temores que hace que los inversores establezcan sus conductas y de este modo dan forma y determinan la conducta de toda la economía global.

Las redes financieras son extremadamente sensibles a las redes de comunicación con las cuales están íntimamente conectadas, reaccionan a partir de ellas, generan poder de conectar en red y de crear redes, pero tampoco ellas tienen todo el poder, porque en definitiva dependen también de

otras redes, como las políticas, las productivas, las militares, las criminales y las tecnológicas y del conocimiento.

Resumiendo:

- El Poder es **multidimensional** y se construye en torno a redes programadas por cada ámbito de la actividad humana según intereses y valores. La coincidencia es que todas las redes funcionan teniendo como objetivo influir en la mente humana a través de las redes de comunicación. Por ello las redes de comunicación de masas son fundamentales en la construcción de Poder en la sociedad.
- Las diferentes redes de poder de diferentes ámbitos de la actividad humana están **interconectadas entre sí**, colaborando y compitiendo simultáneamente según los intereses de turno. Redes empresariales, financieras, culturales, tecnológicas y políticas.
- Las redes esenciales del Poder global son las que **giran en torno al estado y el sistema político**, ya que a través del ejercicio de poder el Estado construye la red predeterminada para que funcionen adecuadamente el resto de las redes, mientras las redes de comunicación dan forma al significado sobre la que se asienta la red de poder político.
- Las redes de comunicación de masas ejercen un rol central en **el poder por la responsabilidad del enlace**, ese Poder es el que tienen los dueños de las corporaciones mediáticas, conectar a las demás redes.
- En la sociedad del siglo XXI el Poder radica en **redes de actores sociales** que lo ejercen en sus respectivas áreas de influencia. Inclusive la autocomunicación de masas con su legión de productores y emisores aumenta la capacidad de resistir, desafiar y transformar la relación de la comunicación y la creación de significado en la sociedad.
- Si el Poder se ejerce por la capacidad de **programar redes y enlazarlas**, cualquier contrapoder debe llevar a cabo similar accionar reprogramando las redes en torno a valores e intereses diferentes a los dominantes, interrumpiendo los enlaces y reconectando a otras redes de resistencia y cambio. Y los formas de autocomunicación en la Internet son básicas y esenciales para ese objetivo

Conocer las formas de poder de nuestra sociedad es esencial para neutralizar los usos injustos de ese poder y ejercer el pensamiento crítico sobre el significado construido por las redes de poder es una actividad imprescindible para cualquier ciudadano autónomo, del mismo modo que se ejercita el cuerpo para mantenerlo en forma.