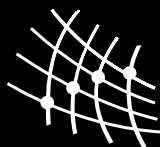


ISBN 978-950-673-905-8

El *dispositivo-McLuhan*

Recuperaciones y Derivaciones

Sandra Valdettaro (Coordinadora)



Facultad de Ciencia Política
y Relaciones Internacionales
Universidad Nacional de Rosario

Escuela de
Comunicación
Social



UNR
Universidad Nacional de Rosario

Jornadas
McLuhan
Rosario
2011

El dispositivo-McLuhan recuperaciones y derivaciones /
coordinado por Sandra Valdetaro.

1a ed. - Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2011.
EBook.

ISBN 978-950-673-905-8

1. Comunicación social. 2. Dispositivos. I. Valdetaro, Sandra, coord.
CDD 302.2



El dispositivo-McLuhan

Recuperaciones
y Derivaciones

Jornadas
McLuhan
Rosario
2011

Sandra Valdettaro (Coordinadora)

Eduardo A. Vizer - Helenice Carvalho - Luis Baggiolini - José Luis Fernández
Betina González-Azcárate - Álvaro Gascue Quiñones - Mariángeles Camusso
E. Federico Corbière - Paolo Luca - Leonard Echagüe - Soledad Ayala
Matías Ugarte - Ricardo Diviani - Sebastián E. Ackerman - M. Paula Morel
Silvana Comba - Edgardo Toledo - Andrea Calamari - Viviana Marchetti
Ezequiel Viceconte - María Laura Schaufler - Gonzalo Andrés - Nicolás R. Achkar
Mauro Bertone Crippa - Stefanía Sahakian - Pablo Gullino - Matías Bó

Comité Editorial

Mariana Busso
Natalia Raimondo Anselmino
María Cecilia Reviglio

Diseño Editorial

Eugenia Reboiro


Índice

Presentación	8
A modo de introducción: Un <i>romance</i> sobre Marshall McLuhan Sandra Valdetaro	10
La caja de Pandora: tendencias y paradojas de las TICs Eduardo A. Vizer y Helenice Carvalho	23
La implosión de los medios, la explosión de los sentidos Luis Baggiolini	43
Antes de la <i>aldea global</i> : los medios de sonido como redes sociales y extensiones hipermediáticas José Luis Fernández y Betina González-Azcárate	57
Con los centros en todas partes. Reflexiones sobre el concepto de <i>aldea global</i> de Marshall McLuhan Álvaro Gascue Quiñones	77
Marshall <i>Me encanta</i> . Avisos calientes para medios helados. O una relectura de “Seguir al nivel del vecino” a la luz de los avisos en la web Mariángeles Camusso	89
Capital financiero, información, cultura y larga duración en la era digital E. Federico Corbière	101
La hiperconexión en el mundo actual Paolo Luca	119
McLuhan y Heidegger: Resonancias y contrapuntos en la problemática de la técnica y la cultura Leonard Echagüe	131

Mutaciones tecnológicas, formales y culturales: Apuntes para una epistemología de la tecnología Sandra Valdetaro	145
Cuando el contexto pide un lugar entre el medio y el mensaje Soledad Ayala y Matías Ugarte	165
La recepción de McLuhan en la Argentina de los años 60. Una lectura sobre lecturas Ricardo Diviani	181
La militancia en el periodismo: el medio es el mensaje Sebastián Ernesto Ackerman y M. Paula Morel	199
Comunicación digital: de redes, memes y temas Silvana Comba y Edgardo Toledo	217
Desbordes de lo radiofónico Andrea Calamari	229
Cuerpo y discapacidad: cruces entre McLuhan-Deleuze-Le Breton Viviana Marchetti y Ezequiel Viceconte	247
Del lector al <i>prosumidor</i> : un pasaje por las rupturas en los estudios de recepción mediática María Laura Schaufler y Gonzalo Andrés	257
Usuarios y sentido. Dos caracterizaciones Nicolás R. Achkar	277
“Acá estoy/acá estamos”. Una aproximación al <i>mensaje</i> de Twitter desde Henry Jenkins Mauro Bertone Crippa	289

La televisión, ese axolotl Stefanía Sahakian	299
“Televisión para todos”. <i>Youtube</i> como extensión “participativa y democrática” del espacio público Pablo Gullino	313
La Percepción Haiku. La sala de cine es un lugar de lectura: El enunciado como fotograma Matías Bó	325

Presentación



Al cumplirse este año el centenario de Marshall McLuhan, los distintos espacios académicos y de investigación que componen la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario, se unen a los numerosos eventos que se realizaron en todo el mundo en homenaje a la obra de quien constituye sin dudas uno de los pilares fundamentales en la conformación del campo de estudios de la comunicación.

Es por ello que se organizaron las *Jornadas McLuhan Rosario 2011*, llevadas a cabo durante los días 1, 2 y 3 de agosto, que se propusieron como un espacio de reflexión y debate tomando como base las hipótesis mcluhanianas las cuales consideramos plenamente vigentes como claves interpretativas de la actual complejización de los procesos de mediatización.

Además de dicha instancia de reflexión crítica, las Jornadas también apuntaron a la realización de distintas actividades dirigidas tanto a la comunidad universitaria como a la sociedad en su conjunto.

El presente libro surge como consecuencia de dichas Jornadas. Se presentan en el mismo una serie de textos que forman parte de las temáticas abordadas, y que demuestran, en conjunto, el interés que los planteos de McLuhan sigue produciendo en los investigadores.

Agradecemos la participación de los autores para la realización de este libro, y la colaboración de los distintos espacios de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, entre ellos, la Dirección de la Escuela de Comunicación Social, el Centro de Estudios Canadienses de Rosario, la Secretaría de Extensión y la Secretaría Financiera de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales.

Sandra Valdetaro
(Coordinadora de la publicación)

**A modo de introducción:
Un *romance* sobre
Marshall McLuhan**



Sandra Valdettaro

Escuela de Comunicación Social. Departamento de Ciencias de la Comunicación.
Docente-Investigadora de la UNR.
sandra@fcpolit.unr.edu.ar

Resumen

En este texto se plantea una reseña de la obra de Marshall McLuhan rescatando sus antecedentes intelectuales, sus principales conceptos, y la epistemología de los medios y tecnologías que propone. Se indica, asimismo, la particular ubicación de su perspectiva teórica en el campo de estudios de la Comunicación.

Palabras claves: McLuhan - antecedentes - conceptos - epistemología

Abstract

This text presents an overview of the work of Marshall McLuhan rescuing his intellectual background, his main concepts and epistemology of media and technologies proposed. It also indicates the location of his particular theoretical perspective in the field of Communication studies.

Key-words: McLuhan - background - concepts - epistemology

“Soy un investigador que arroja sondas .. no explico, exploro ..”

Marshall McLuhan

Motivos

Un *romance* -según una antigua denominación que lo vincula a un arcaico carácter de gesta- era una narración en la cual se referían hechos de personajes históricos, legendarios o tradicionales. Pero un *romance* designa, también, una relación amorosa (aunque, casi siempre, pasajera). Disponiéndome en esta doble acepción, deseo homenajear en esta crónica a Marshall McLuhan en su centenario.

Por un lado, me interesa rescatar los “hechos” de un “personaje intelectual” como McLuhan -hechos que, según mi punto de vista, siguen operando significativamente en nuestros dilemas actuales-, y ello mediante una escritura que se siente comprometida con la evocación del carácter inquietante que en mi propia formación produjo el “flirteo” con la lectura de McLuhan. Una temprana experiencia de investigación en territorio mcluhaniano¹ delineó, en mi caso, y de modo decisivo, una específica manera de entender los problemas de comunicación. Junto con otros tantos “coqueteos” -algunos efímeros, otros plenamente vigentes- el galanteo con los textos de McLuhan continúa provocándome una incitación cuya insistencia no cesa en la experiencia de su lectura. Insistencia que, en tanto romance-amoroso, se encuentra habitualmente intimidada por enérgicas disonancias que, vistas desde el presente, continúan atravesando como una matriz muchas veces inadvertida la práctica cotidiana con los textos.

Mucho más que por cualquiera de sus famosos slogans, mi primera impresión al contactarme con McLuhan se encuentra grabada en su totalidad por la frase con la cual elegí comenzar este relato: *McLuhan investiga, pero no explica; arroja sondas, explora...*

En dicha frase creí -creo- detectar, no solamente el tono general del programa intelectual de McLuhan en su totalidad, sino también mi propia manera de entender el trabajo investigativo.

A 100 años de su nacimiento, McLuhan sigue siendo no sólo una de las referencias indiscutibles del campo de estudios de la comunicación, sino también una fuente continua de gene-

1. Me refiero a una beca de investigación realizada en el *McLuhan Program of Culture and Technology* de la Universidad de Toronto, Canadá, durante octubre y noviembre de 1991, bajo el Programa de Enriquecimiento Académico (FEP) del Gobierno de Canadá, Embajada de Canadá ICCS File Nro 601/9-90/91, gestionada a través del Centro de Estudios Canadienses de Rosario.

ración de polémicas. Buena parte de dichas polémicas se desarrolla alrededor de su método un tanto asistemático y caótico, su manera casi ligera de presentar las fuentes, su estilo más próximo al slogan que a las argumentaciones lógicamente fundadas, su inquietud deconstructiva de los formatos y los lenguajes tradicionales. Es por ello que su método se acerca más a la “exploración” que a la “explicación”, ligándose así a una tradición que encuentra su fisonomía en la asociación de fragmentos y detalles que lo sitúa, según mi modo de ver, en una genealogía en la cual es posible ubicar también a Simmel y Benjamin.

La osadía generalizante de McLuhan a partir de dichos fragmentos es también marca de un estilo provocativo que, en tanto intelectual, lo instala en las fronteras siempre difusas de la academia, produciendo guiños con los mercados e instituciones del capitalismo avanzado casi nunca bienvenidos en el ambiente intelectual, pero efusivamente festejados por las *celebrities* “cool” de su época. McLuhan fue -¿sigue siendo?- una marca de estilo *cool*, pero -y ahí tal vez también radica su carga de seducción- simultáneamente hizo de lo “cool” uno de sus más famosos pivotes conceptuales. McLuhan es tan *cool* que se resiste a las parroquias; juega sin prejuicios en “su” ambiente; un ambiente marcado, ya en su época, por la indiscutible ecología de las mediatizaciones. Si la comprensión de las distintas dimensiones de los lenguajes contemporáneos requiere, necesariamente, de un abordaje múltiple, la perspectiva de McLuhan resulta, a mi criterio, insoslayable dentro de esta multiperspectividad cognoscitiva.

Datos

Nacido en 1911 en Edmonton (Canadá), Marshall McLuhan inicia su carrera académica en 1936. El origen de ese rasgo anti-parroquial de su personalidad intelectual hace suponer una primitiva curiosidad que se expresaría en su formación en los estudios de literatura inglesa en la línea de Richards y Leavis y su interés por la cultura “popular”, en su seducción por Joyce, por el simbolismo, y por las parodias genéricas y estilísticas. Su afición por los *non-books*, o libros-táctiles, como dispositivos contra-ambientales de deconstrucción de la “mentalidad abecedada” denunciada por Joyce -claramente expresada en la disruptora puesta-en-página de su *Counterblast* (*Contraexplosión*) de 1969 por ejemplo- enlaza con su original interés por la sociopatología de la vida contemporánea de los 40 del siglo XX como simiente de su primer libro, *La novia mecánica* (*The mechanical bride*) de 1951 -una especie de reconstrucción de los imaginarios del “hombre industrial”-constituyendo así un diálogo con *The bias of communication* de Harold Innis, economista político canadiense a quien conoce también en 1951. La revista *Explorations*, que edita junto con Edmund Carpenter por la misma época

(de 1953 a 1955), se sitúa, asimismo, en esta genealogía. Uno de sus textos más conocidos y comentados, *La Galaxia Gutenberg*, se publica en 1962, constituyendo un clásico en relación con la caracterización del “hombre tipográfico”. En 1963 se hace cargo -como Director- del Centro de Cultura y Tecnología de la Universidad de Toronto, y en 1964 aparecerá el libro que podría considerarse como un elemento fundamental del canon de los estudios de comunicación: *Understanding media. The extensions of man*. Pero es con *El medio es el mensaje*, de 1967, donde el “efecto-McLuhan” cobra una dimensión particular, ya que en dicha fórmula sintética no sólo logra reducir a una hipótesis mínima pero de gran alcance su programa investigativo, sino también una pregnancia de slogan apta para su diseminación instantánea. Se convierte, así, *el medio es el mensaje*, en una moda, y también en una postura epistemológica. La productividad de este doble estatuto de “mercancía-intelectual” de la obra mcluhaniana puede entenderse como una de las manifestaciones más significativas del contexto de borramiento de las fronteras de esa “gran división” a la que alude Andreas Huyssen. Sin tratar de lograr exhaustividad en este listado, sus otras obras logran una circulación exitosa conformando lo que muchos nombran como la “Galaxia-McLuhan”: *Guerra y paz en la aldea global* (1968), *Del cliché al arquetipo* (1970), *Del ojo a la oreja* y *La ciudad como aula* (ambos de 1977). Habiendo sido una especie de gurú-intelectual en el ambiente pop anglo-americano de fines de los 60 y principios de los 70 del siglo XX, McLuhan muere en 1980, en Toronto, legando una profusa obra que continúa inquietando no sólo por mantener su eficacia interpretativa para las cuestiones del presente, sino también por su carácter predictivo. El libro póstumo, *Leyes de los Medios*, editado por su hijo y publicado en coautoría padre-hijo, intenta desplegar una operatoria de legitimación del programa mcluhaniano dotándolo de un carácter “científico”.

Conceptos

Uno de los conceptos más importantes en la obra de McLuhan es la de los **“medios como extensiones o prolongaciones”** de nuestros órganos, sentidos y sistema psíquico. Dichas extensiones afectan de una manera total al ambiente psíquico-social, configurando tanto a nuestra experiencia subjetiva como inter-subjetiva. En tal sentido, los medios también pueden ser entendidos como **“traductores”** de un tipo de conocimiento a otro, como “metáforas activas” -dice McLuhan- en cuanto a su capacidad de “traducir” la experiencia a nuevas formas. Con dicha noción está relacionada su postulación de que **“el medio es el mensaje”**. Como decíamos más arriba, mediante esta fórmula sintética que adquiere carácter de slogan, McLuhan consigue compendiar en una hipótesis mínima su programa intelectual. **“El medio es el mensaje”** no remite a ninguna cuestión en la que “mensaje” pueda ser asimilado a algún tipo de “contenido” -como sucede en los modelos que entienden a la comunicación

de modo unidireccional-; sino que, al contrario, la clave para entender *cuál* es el “mensaje” de un “medio” o “tecnología” está en su capacidad para reconfigurar el ambiente de la época o, incluso, para crear un ambiente totalmente nuevo, introduciendo nuevas escalas en relación con las configuraciones ambientales precedentes. Las prolongaciones que cada técnica produce de nuestro propio ser modifican las pautas y los ritmos de la experiencia, alteran la economía de los sentidos, transforman las pautas de percepción. Dichas “rupturas o cambios de escala” son, entonces, el “mensaje” de un “medio” o “tecnología”. La mutación que la propia “fórmula” va tomando en sucesivas ediciones señala no sólo la afición de McLuhan por los juegos de palabras, sino también el valor heurístico de una conjetura que al mutar va señalando los cambios de tono en el estilo de época: **medium is message; medium is massage; medium is mass age; medium is mess age**. Mediante esta manera de enfocar las cuestiones de comunicación, McLuhan apunta a ligar las profundas transformaciones estructurales con la producción de nuevos hábitos perceptivos. Por eso es principalmente, la de McLuhan, una teoría de la percepción. Recurriendo a una división esquemática de los medios en “Cool” y “Hot” lo que se propone es una presunción acerca de las modalidades psíquico-sensorias que cada medio potencia. En dicho esquema, los **medios cálidos** se caracterizan por ampliar o prolongar “un solo sentido” en una “alta definición” posicionando a un usuario con una baja implicación perceptiva. Por su parte, los **medios fríos** permiten, al contrario, por su propia naturaleza incompleta, una alta participación cognitiva y perceptiva mediante la cual el público “rellena” el mensaje. Resultan obvias las consecuencias de esta economía mediática de la percepción: las formas cálidas “excluyen”, “fragmentan”, “especializan”; las formas “frías” incluyen de manera activa y comprometida. La distribución de los medios que McLuhan realiza según estas categorías resulta, por supuesto, discutible. Considerar al libro, por ejemplo, un medio cálido es evidente que dista mucho del goce imaginativo y libre que muchas veces puede potenciar la experiencia de su lectura; pero considero también que, por ejemplo, en relación con la televisión, no es incorrecto caracterizarla como McLuhan como medio *cool*, aunque por otras razones además de las mcluhanianas, como las que puede aportar, en este caso, la sociosemiótica: más allá de la *high definition* (porque McLuhan estaba mirando una televisión cuya textura aun no había alcanzado la calidad del presente, y de ahí que la ubique del lado de lo *cool*, aunque también es posible postular que al detenerse en aquello que es específico de las texturas McLuhan estaba intuyendo ciertas cuestiones semióticas), el carácter icónico-indicial de la televisión hace, creo, a su carácter *cool* y a su potencia ritual.

Las clasificaciones de medios según estos esquemas lleva a McLuhan a una generalización del carácter de las distintas “eras humanas”. De este modo, la “**era de la explosión**” es una era mecánica, fragmentaria, centralista, en la cual prolongamos nuestros cuerpos bajo formas cálidas. Mientras que la mediatización de las técnicas eléctricas produce una “**era de la implosión**” al extender con un alcance global nuestro sistema nervioso central aboliendo la coordenadas espacio-temporales tradicionales. La simulación técnica de la conciencia es, para McLuhan, la fase final de las prolongaciones del hombre. Resulta revelador, a este respecto, el carácter predictivo de sus propuestas mucho antes de la aparición de la web por ejemplo.

Cuando McLuhan se ocupa de la **electricidad** dice que es “**el único medio sin mensaje**”, que es “información pura”, y mediante esta formulación está señalando la potencia radical de los cambios que produjo la *mediatización de la luz* -de la electricidad-: su efecto de contracción hace del globo una aldea integrada, una totalidad empática y automatizada, implicada, inclusiva y descentralizadora. Si bien las críticas que califican a esta postura como una especie de utopía-pastoril-reconciliada (porque además McLuhan era, también, un “creyente”) son efectivamente atendibles, sin embargo creo que captó los rasgos principales de una era que se estaba instalando: una progresiva secundarización de patrones de entendimiento secuenciales, parciales y fragmentarios, simultánea a una emergencia de pautas de instantaneidad, asociatividad y velocidad como esquemas perceptivos que convierte a la expansión (o explosión) en implosión; es decir, nuevas maneras de aprehensión y, por lo tanto, mutaciones de largo alcance en la configuración del lazo social.

La preeminencia de la luz como modalizador perceptivo no hace, entonces, a la preeminencia de lo visual entendido como mirada alfabética, sino a un concepto de visualidad emparentado con la **tactilidad**, considerado el “tacto” como juego recíproco de los sentidos, como **sinestesia**: es por ello, la era eléctrica, una era del *con-tacto* en la cual todo el aparato sensitivo -vista, sonido, movimiento, sabores, olores- se encuentra convocado.

Creo que ese tono utópico-pastoril-sinestésico de lo tecnológico que tiñe la escritura de McLuhan puede moderarse a través de su concepto de “**embotamiento**”, porque su postulación de los efectos totales de los medios como “prolongaciones” no es una mecánica “promesa de felicidad”, sino que implica una necesaria dinámica con su par opuesto: el “embotamiento de los sentidos”. En algunas ocasiones McLuhan se pone más radical y dice “**ablación**” de órganos y sentidos. Obviamente, hay una diferencia de grado no menor entre algo que se desgasta o se entumece (embotamiento) y algo que se extirpa o se mutila (ablación), pero la relativa configuración de estos pares en cada caso podría utilizarse como una clave interpretativa del *quantum* de intensidad con que cada extensión produce efectos totales o cambios más o menos radicales o secundarios en lo psíquico-social. Por decirlo de otro modo, hay, sin dudas, mediatizaciones que operaron efectivas rupturas de escala, y otras que pasaron inadvertidas o tuvieron escasos efectos en la vida social. Entonces, la dialéctica entre “extensión/embotamiento” -a mayor extensión, mayor embotamiento- puede usarse como un artilugio a partir del cual inferir la gramática de cada mediatización. El “trance narcisista” y el “embrujo del contacto” -el mito griego de Narciso es, para McLuhan, una clave a partir de la cual interpreta nuestra manera de vincularnos con las tecnologías y, principalmente, con las eléctricas- no resulta, en todos los casos, operativo. No todas las tecnologías producen ese espejismo subliminal y embotante de las percepciones de nuestras propias prolongaciones, porque no todas ellas vienen a cumplir una función social necesaria. Por supuesto que en el caso de la electricidad ello provocó, sí, una identificación tal vez sin par en la historia de las mediatizaciones,

una especie de “enamoramamiento del dispositivo” que, via televisión, produjo una fascinación de larga duración que, a pesar de los diagnósticos actuales sobre su defunción, creo que sigue plenamente vigente. Pero, para volver a los argumentos de McLuhan -e independientemente del supuesto “olvido” de lo social que se le imputa- toda prolongación es simultáneamente autoamputación o embotamiento del órgano, sentido o función extendidos. Para él, ello no implica necesariamente una consecuencia negativa, sino que lo que se gana con estas autoamputaciones tiene que ver con el equilibrio necesario que el sistema psíquico necesita restaurar en cada bloqueo -por extensión- de la percepción y la cognición. No es sólo, entonces, una cuestión de pérdida de funciones, sino también una manera sistémica de lidiar con el acrecentamiento de la complejidad que las extensiones producen. Dicha función reductora de la complejidad que estaría cifrada en el par extensión/ablación mcluhaniano tal vez pueda articularse, por ejemplo, con el funcionalismo-sistémico luhmaniano, porque toda autoamputación produce, en su propia pérdida, un alivio de tensión, y, por lo tanto, de restauración y mantenimiento sistémicos del equilibrio. La **condición de Narciso**, como enamoramamiento hipnótico y reparador a la vez de las propias prolongaciones de nuestro cuerpo y nuestro sistema nervioso central, se acerca a lo que hoy entendemos por “**interfaz**”. Esto podría constituir **una definición mcluhaniana de la interfaz**; McLuhan también lo nombraba, en ocasiones, como “**servomecanismo**”.

Resulta indispensable situar la operatividad de estos conceptos en un marco general de “efectos” que plantea el punto de vista mcluhaniano. El principio de la **inversión del medio sobre calentado** -que indica que, durante las distintas etapas de su desarrollo, todas las formas presentan caracteres contrarios a los que finalmente tomarán- debe situarse en tal contexto de “efectos-totales” en una perspectiva evolutiva de las tecnologías. La facultad que tienen las formas para invertirse o modificarse durante su evolución lleva a que, en la medida en que todos los recursos de una estructura alcanzan, en algún momento, un punto de saturación en el que sus recursos y energías se encuentran totalmente desplegados, se produce una reversión de las pautas de organización de las formas y estructuras y, de este modo, el sistema cambia y se convierte en otra cosa. Dichos “límites de ruptura” producen mutaciones que van de lo estático al movimiento, de lo mecánico a lo orgánico, etc. Muchas de estas rupturas se producen también por “**hibridación**” de unos medios o tecnologías con otros (por ejemplo, radio/películas: cine sonoro), produciendo no sólo una nueva economía de los sentidos sino también nuevas relaciones entre los propios medios. Una de las más significativas de estas articulaciones híbridas tiene que ver con el encuentro entre culturas orales y letradas por ejemplo, que, según el punto de vista de McLuhan, logra modificaciones de largo alcance: la “explosión del ojo” (cultura letrada) en culturas orales está en la base de la “occidentalización” y, simultáneamente, la “implosión eléctrica” lleva a Occidente a una recuperación de lo oral-audiotribal. Otro de los aspectos que tienen que ver con la sinergia de los medios es el principio mcluhaniano de que “**el contenido de un medio es siempre otro medio**”, que apunta

a señalar que el nuevo medio convierte, en términos ambientales, al que lo precede, en una forma de arte. El arte se entiende, entonces, como contra-ambiente o anti-ambiente; es decir como una especie de radar o antena que va predisponiendo un nuevo adiestramiento perceptivo en relación con el ambiente emergente.

Queda claro, entonces, que el “mensaje-mcluhaniano” tiene que ver no con una cuestión de “contenido de los mensajes” sino con el estudio de sus efectos totales en todos los niveles situacionales. A demostrar esta cuestión apuntan las “**leyes de los medios**”, que establecen los tipos “empíricos” de consecuencias que nuestras propias acciones y extensiones producen sobre nosotros mismos y nuestro entorno, y que se aplican a todos los artefactos humanos (vale aclarar que, para McLuhan, todos los artefactos humanos son “medios”, es decir, exteriorizaciones o extensiones de nuestro aparato senso-motor y psíquico).

Dichas leyes se presentan como “**tétradas**” a partir de la delimitación de cuatro procesos que ocurren simultáneamente, que son complementarios y que, en conjunto, constituyen un “**campo**” total de efectos producido por los artefactos: **Intensificación; Caducidad; Recuperación; Inversión**. Dicho de otro modo, el campo de efectos de un artefacto/medio/tecnología tiene que ver con estudiar qué intensifica o hace posible el nuevo artefacto; qué hace caducar; qué recupera de formas precedentes; y en qué se convierte llevado al límite de sus funciones.

Derivaciones

Creo que es posible detectar, en la rápida recapitulación de algunos de los conceptos centrales de McLuhan acá expuesta, un movimiento del pensamiento que, partiendo de conjeturas exploratorias busca arribar a un carácter explicativo (es decir, “científico”). Como ya lo dijimos, ese es el propósito general que guía las *Leyes de los Medios*, texto póstumo que, como su nombre lo indica, delimita un campo de desempeño de un número mínimo de axiomas a partir de los cuales se intenta una explicación generalista de un amplio ámbito de fenómenos mediáticos, tecnológicos y comunicativos. Más allá de juzgar si este cometido se encuentra o no logrado, lo cierto es que el valor de la perspectiva de McLuhan y de su análisis tetrádico de los efectos de los medios reside, principalmente, en que se ubica de un modo distintivo en lo que constituye una de las más conocidas polémicas del campo de la comunicación, que tiene que ver con los supuestos epistemológicos a partir de los cuales se entiende la relación medios/

sujetos, problemática mayormente conocida como de los “efectos” y, subsidiariamente, la del “poder” de los medios.

La reflexión sobre la sociedad mediática se caracterizó, durante todo el siglo XX, por una polarización de hipótesis que entendía a los efectos mediáticos o como totales y absolutos en torno al concepto de “manipulación”, o como “efectos mínimos” en términos de persuasión, influencia, o reforzamiento de actitudes previas. Cada una de estas posturas desencadenaba una serie de consecuencias asociadas. La hipótesis de la manipulación se expresó también como alienación, enajenación, emergencia de un hombre-masa en estado de indefensión psicológica, pérdida del poder de las élites, degradación del gusto popular, etc. La hipótesis situacional (de los efectos mínimos) veía a los medios como instituciones liberal-democráticas en articulación con otras agencias sociales que, en conjunto, garantizaban una distribución equitativa de bienes materiales y simbólicos.

Exponentes de la primera solución son tanto las críticas de corte cultural-conservador (T.S.Eliot, Ortega y Gasset, etc.), como las reflexiones freudo-marxistas de los teóricos de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse, etc.). Para estos últimos, ciertos hechos ineludibles de la historia del siglo XX actuaban como pruebas de sus conclusiones sobre los medios a las que Eco nombraba como “apocalípticas”: el uso hipnótico y manipulatorio de los medios en el marco de experiencias totalitarias -nazismo, fascismo- y la emergencia y consolidación de la cultura de masas en Estados Unidos como gran maquinaria de degradación cultural. Según la *Dialéctica del Iluminismo*, de Adorno y Horkheimer, habría inclusive una línea de continuidad entre los dos fenómenos -totalitarismos y cultura de masas-, ya que ambos representaban manifestaciones de una misma lógica: la irradiación de la razón instrumental a todos los ámbitos de la vida.

Representantes de la segunda opción -la de los “efectos mínimos”- son principalmente los estudios sociológicos de raíz funcionalista de la década del '40 en Estados Unidos -lo que se conoce como *Mass Communication Research* o teoría situacional y fenoménica en términos de Wolf-, en especial, los llevados a cabo por los equipos de investigación de Lazarsfeld. Su referencia empírica es en este caso también la cultura de masas americana, sólo que vista, esta vez, desde sus potencialidades liberales. De todos modos, cabe destacar que en textos de Lazarsfeld también se apunta una crítica al sistema de la cultura de masas a partir de una “disfunción narcotizante” que se diagnosticaba por parte de los medios.

Ahora bien, a pesar de sus diferentes supuestos teóricos, ambas soluciones se inscriben en una misma hipótesis general: los medios son tomados como espejo, como reflejo, como meras *representaciones* de una realidad que está *afuera*. La diferencia estriba sólo en que dicha representación puede ser más o menos fidedigna o más o menos distorsionante. Estamos,

pues, ante una epistemología “representativista” del funcionamiento medial que hace hincapié, principalmente, en la cuestión de los “contenidos” de los medios.

Pero existe, también, otra forma de considerar el efecto de los medios que ya no se basa en los contenidos que vehicularizarían, sino en sus potencialidades cognitivas, perceptivas, socializantes y en su funcionamiento sociosemiótico.

Esta perspectiva se inaugura con los ensayos de Walter Benjamin escritos en los años '30 y continúa, desde enfoques teóricos y epistemológicos muy diversos, en una línea de la reflexión semiótica con textos ineludibles de Umberto Eco o Eliseo Verón; en diversas reflexiones de matriz cognitiva y sistémica en torno al sistema mediático; y en una serie de teóricos de las últimas décadas, entre los que pueden destacarse, por ejemplo, Paul Virilio y Régis Debray.

Es en este tipo de epistemología donde se ubica McLuhan.

La hipótesis general que la caracteriza -aunque desde matrices teóricas muy distintas entre sí- se puede nombrar como “constructivista” porque, al contrario de entender a los medios como representando o reflejando un real, lo *construyen*. Los medios, desde este punto de vista, son “lenguajes” o “ambientes”: materialidades significantes que figuran lo real de modos específicos; organizadores de marcos perceptivos y patrones subjetivos; productores de determinados modos de lazos sociales y de sujetos colectivos. Es decir que ya no es una cuestión de “contenidos” más o menos manipulables, sino una cuestión de “construcción de realidades diversas” de acuerdo a cada tipo de materialidad significativa.

El enfoque tetrádico de McLuhan contribuye, entonces, de manera específica, al entendimiento de este carácter eminentemente constructivista y ambiental, de las tecnologías de la comunicación. No es, por lo tanto, la de McLuhan, una teoría del determinismo tecnológico -también este tópico se atribuye como una de las principales críticas a su obra- sino una particular manera de entender a los artefactos que podríamos nombrar como una epistemología “ecológica” de los medios. Los fenómenos actuales de la mediatización demuestran, sin dudas, la absoluta vigencia de la “ecología de los medios” mcluhaniana.-

Bibliografía

Adorno Th. y Horkheimer M. (1987) *Dialéctica del Iluminismo*, Bs As: Sudamericana (1ra. Edición 1947).

Benjamin, W. (1982) "La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica" en *Discursos Interrumpidos I*, Madrid: Taurus (1ra. Edición 1936).

Cátedra Epistemología de la Comunicación (2011) *Cuaderno de Cátedra sobre Marshall McLuhan*, Escuela de Comunicación Social, Rosario: Facultad de Ciencia Política y RRII-UNR.

Debray, R. (2001) *Introducción a la mediología*, Barcelona: Paidós.

Huyssen, A. (2006) *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Bs As: Adriana Hidalgo Editora.

McLuhan M. (1969) *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México: Diana.

McLuhan, M. y McLuhan, E. (1990) *Leyes de los medios*, México: Alianza.

Wolf, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona: Paidós.

La caja de Pandora: tendencias y paradojas de las TICs

Eduardo A. Vizer

Dr. en Sociología. Prof. Consulto e Inv. Tit. Inst. Gino Germani Universidad de Buenos Aires. Fulbright Fellow, Visiting Professor, Communication Depart. Univ. of Massachusetts (UMASS-USA). Mc Gill, Montréal, Internat. Council Canadian Studies (ICCS), Human Res. Develop. Canada (HRDC), Canada Fulbright Prog. Prof. Visitante UNISINOS y UFRGS, CNPq y CAPES, Brasil. 1er. Director Carr. C. de la Comunicación, 9 libros publicados. Postdoc. en Alemania, Canadá, EEUU y Brasil.

eavizer@gmail.com

Helenice Carvalho

Dra. en Ciencias de la Comunicación. Profesora Adjunta de la Carrera de Comunicación de la Universidad Federal del Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Coordinadora del Grupo de Investigación en Inteligencia Organizacional / CNPq

helecarvalho@gmail.com

Resumen

En las últimas décadas del siglo XX las TICs demostraron la capacidad de convergencia que les permite expandir exponencialmente una multiplicidad de usos y servicios diferentes, sino la posibilidad de acceso universal y *móvil* a redes de información y de comunicación y la creación y producción colaborativa de contenidos. Ya en la primera década del siglo XXI el celular personal y el desarrollo de aplicativos entre redes y dispositivos de infocomunicación (presentando un cuadro más asimilable a una Sociedad de la Comunicación que de la Información) reinstala al individuo como un agente activo de convergencia entre múltiples sistemas y redes de comunicación. Si el modelo de ser humano en la cultura letrada de la Modernidad era el sujeto lector reflexivo, en la presente modernidad tardía (postmodernidad?) el nuevo modelo vigente es *el sujeto móvil e itinerante de la nueva aldea globalizada (y desterritorializada)*. Los avances en la autonomía espacial y temporal de los individuos generan las condiciones para la expansión del acceso a la información y la comunicación, fortaleciendo los procesos de libre expresión más allá de la concepción conservadora que la reserva para los medios masivos.

Palabras claves: sujeto móvil - aldea global - tendencias - mediatización social - TICs

Abstract

In the last decades of the XXth century, ICT's showed their capacity for convergence, allowing them to expand not only their multiple uses, but also the possibility to create and promote universal and *mobile* access to collaborative production of information and communication between networks. In the first decade of the XXIst century, personal cell phones and applicative devices between networks and infocommunication devices (a picture which resembles more to a Communication Society than an Information one) reinstall the individual as an active agent of convergence between multiple communication systems and networks. If the model of a literate Modernity individual was that of a reflexive subject -a reader -, in present late modernity (postmodernity?) the new model is that of *the mobile and itinerant subject of the globalized (and deterritorialized) village*. Advances in spatial and temporal autonomy of individuals, generate conditions for the expansion in the access of information and communication, strengthening free expression further from the conservative conception which restrains it to media.

Key-words: mobile subject - global village - trends - social mediatization - ICT's

Tecnologías de Información y Comunicación y nuevas prácticas sociales

El paradigma emergente en el siglo XXI va demarcando nuevos modos de relación entre los individuos y las tecnologías de información y de comunicación, nuevas formas de expresión y participación social, y nuevas formas de apropiación del tiempo y del espacio. Las tendencias a la convergencia entre diferentes tecnologías han dado lugar a una creciente (*hiper*)mediatización de toda forma de prácticas sociales. Todas presentan en mayor o menor grado mudanzas al parecer definitivas, tanto cuantitativa como cualitativamente, a pesar de la fugacidad y la velocidad de suplantación de algunos dispositivos técnicos por otros, de algunas formas organizativas -y empresarias- del mundo digital por otras (Alta Vista, Yahoo, Google, web 1.0, web 2.0, web 3.0, nuevos aplicativos, video juegos, telefonía celular integrada, etc.). Según declaraciones de su creador, Facebook se propone como objetivo último mediatizar todas las relaciones sociales a través de una plataforma universal a fin de cubrir con redes virtuales todos los posibles escenarios mundiales. Como una caja de pandora, cuando McLuhan concebía los medios como extensiones del ser humano, jamás imaginó una situación paradójica en que los hombres pudieran estar relegados inconcientemente a la posición inversa: cumplir la función de extensiones humanas de sistemas tecnológicos autoregulados y autoorganizados.

También han comenzado a emerger diferentes formas de prácticas sociales *neopolíticas*¹, donde la figura del nuevo militante del siglo XXI puede presentarse ya no forzosamente como miembro de un partido o una organización social, sino como un individuo relativamente aislado pero con capacidad de acceso a una batería de medios: páginas web, blogs, emails, y la creciente explosión de la comunicación y servicios por telefonía móvil. El activismo social actual tiende a reemplazar el modelo político clasista y de masas surgido en el siglo XX, ya no es forzosamente organizado ni requiere de actos de fe, formalidades ni rituales. La juventud crea nuevas formas de *activismo cultural*, y también surgen actores políticos coyunturales que se expresan en la forma de multitudes convocadas espontáneamente en situaciones críticas (como las manifestaciones policlasistas y con intereses diversos en la crisis de diciembre del 2001 en Argentina y otras recientes como las del mundo árabe o en Grecia y España, todas en el 2011 y en coyunturas diferentes).

Uno de los primeros ejemplos en que la telefonía celular demostró su eficacia comenzó en marzo del 2004; casi sobre el día de las elecciones un terrible atentado planteó un dilema al partido de derechas gobernante en España, el que controlaba la televisión pública y gran parte de la privada, así como la mayoría de las radios, contando con buena parte de la opinión

1. La noción de *neopolítica* alude a las nuevas modalidades de manifestación pública emergente por parte de individuos y grupos. Respecto a la creciente importancia de las expresiones por parte de individuos, podemos mencionar que el 71% de entrevistados por *Datafolha* en el año 2011 en Brasil, aseguran que es posible hacer política sin intermediarios, apenas a través de Internet (www.cartacapital.com.br, No.652, 29/6/2011). La prensa también ha inventado el término *hacktivistas*, combinación de hackers y activistas.

pública a su favor. Los ciudadanos que no aceptaban las declaraciones iniciales del partido dirigente - que atribuía a ETA la autoría del atentado- recurrieron a Internet y a los celulares para emprender movilizaciones espontáneas. Las manifestaciones no fueron mera consecuencia de los mensajes de correo electrónico y SMS (mensajes de texto). Quienes tenían motivos para actuar encontraron un nuevo medio para recabar información, publicar mensajes, organizar y generar manifestaciones. A través de los celulares los SMS se encargaron de poner en evidencia pública la manipulación y la desinformación instrumentados por el gobierno. Éste no solamente perdió las elecciones, sino que indignó a la sociedad porque además de la tragedia y el terror del atentado, se sintió usada y engañada con fines electorales. Con las movilizaciones, se evaporó buena parte del capital de credibilidad en los medios de información masivos. Con este ejemplo, podemos decir que nos hallamos ante una nueva modalidad de promover acontecimientos, aunque esas manifestaciones aún no se traduzcan abiertamente en formas permanentes de organización social, cultural y políticas. "Con toda probabilidad no serán pacíficas o democráticas todas las movilizaciones futuras organizadas por Internet y el teléfono móvil. El motivo de esperanza más pragmático es que el nuevo régimen tecnosocial es todavía joven" (Rheingold 2004: Prólogo).

Las redes telefónicas inalámbricas y los sistemas informáticos accesibles a cualquier usuario, constituyen junto con la acción de individuos o grupos, un potencial de acción y de influencia inmenso, comparables seguramente al impacto histórico de la revolución de la imprenta o la creación del alfabeto. A través de las TICs, la oralidad recupera nuevamente un rol fundamental en la constitución de procesos sociales, sin desplazar la escritura, sino convergiendo con ella en nuevas formas de escrituras audiovisuales.

El proceso de "apropiación tecnosocial" de los espacios de comunicación sigue una tendencia de crecimiento exponencial. Si en el año 2004 se vendieron en el mundo 600 millones de teléfonos celulares -la décima parte de la población mundial-, ya a fines del 2008 se calculó que en el mundo habían 4.000 millones de celulares (el 61% de la población mundial -hoy ciertamente esta cifra se amplió). Analfabetos, favelados descalzos, políticos y periodistas acceden a la telefonía inalámbrica para difundir sus mensajes, para convocar o denunciar.

La Sociedad de la comunicación se ha transformado en un hecho. Si en la Unión Soviética de Andropov -en los años setenta- se prohibieron las fotocopias, hoy en día nadie puede prohibir la telefonía móvil y los consiguientes mensajes de texto. En China existen los cargadores públicos de teléfono aún en lugares donde todavía no ha llegado la electricidad, aunque esto no impide que se produzcan cortes y controles en los servicios de Internet. Si hoy la lectura de diarios por Internet es casi universal, todavía en el año 2004 solamente 32 millones de norteamericanos afirmaron obtener información de los diarios en Internet, aunque los lectores de blogs aumentaron en un 58% en sólo 6 meses. Paralelamente, muchos programas de televisión por cable comparten una tendencia que en el mundo anglosajón se llama periodismo de afirmación.

Con el crecimiento de Internet como plataforma abierta al público², el periodismo de opinión (un anatema para el periodismo clásico) crece en forma exponencial, así como decrecen paulatinamente los lectores de periódicos, hasta el punto que ya no son pocos los que temen por su desaparición (al menos en su forma tradicional, ya que la prensa se ha visto obligada a desarrollar ediciones digitales). Los miedos y las fantasías que suscitó en especialistas, educadores y políticos el uso manipulativo de los medios, y los riesgos de tender hacia la pasividad frente a la pantalla de la televisión, se diluyen ante el nuevo escenario social y mediático. Los medios cubren desde el pequeño living familiar, pasando por el Estado, hasta los escenarios mundiales. Desde el fondo de mi casa hasta la cabina de los astronautas.

La respuesta al desafío de las transformaciones cuantitativas y cualitativas que traen los nuevos escenarios de la Cultura Tecnológica, ha sido la búsqueda de la articulación y la reintegración de todos los medios en complejos sistemas mutuamente interdependientes y en red. Redes más abiertas o más cerradas, pero que siempre deben permanecer alertas a todo lo que sucede, a riesgo de perder la exclusividad y su público, así como brindar canales de acceso y participación (o seudoparticipación) abierta al público.

Para pensar una *modelización* de este proceso que lo entienda en su complejidad y sin reduccionismos -por sobre todo tecnológicos-, tenemos al menos cuatro factores en juego que son sobredeterminantes en este nuevo escenario: la evolución de las tecnologías, la veloz disminución de los costos de producción, el acceso creciente a los usos sociales que permiten estas tecnologías, y, por último, los cambios en las demandas sociales. Dos factores son tecnológicos, uno es económico y el otro es social.

Por otro lado, la multiplicación de las tecnologías de los medios, la miniaturización, y la accesibilidad económica aseguran la creación y la penetración en mercados hasta hace pocos años atrás reservados al Primer Mundo y a los sectores de mayor poder adquisitivo. Realmente debemos admitir que estos medios conforman la base de una infraestructura informacional que permite por primera vez pensar en la posibilidad de su uso democrático y alternativo a los medios dominantes. Si se nos permite una metáfora marxista, preferimos pensar las posibilidades que abren este desarrollo tecnológico en términos de nuevas fuerzas productivas, como la infraestructura de una inminente Sociedad de la Información (una infraestructura hipertecnológica sobre cuyas bases se informan los dispositivos y las nuevas estructuras de producción y circulación capitalista). Por otro lado, es posible pensar un modelo de sociedad utópica idealizada como una *superestructura* comunicacional, una Sociedad de la Comuni-

2. Hay que aclarar bien la diferencia entre la noción de web y la de Internet como una plataforma tecnológica -equivalente a una infraestructura de construcción y circulación de información y de productos virtuales y digitales, hasta el punto de que se está produciendo una auténtica infraestructura de Internet que recibe el nombre de Internet de los objetos -. Muchos confunden Internet con la web, el medio de producción con un "producto" que también se creyó universal, democrático y abierto, sin embargo la web está siendo apropiada por empresas que crean y explotan productos virtuales en la forma de nichos para el mercado. (Ver "The web is dead", por Chris Anderson, en Wired, setiembre 2010.)

cación abierta y democrática, con libre acceso a los conocimientos, a las opiniones y a las críticas.

Hay una consecuencia central en el pasaje de la sociedad industrial clásica a la sociedad de la infocomunicación -no deja de ser chocante considerar que la revolución industrial ha pasado en solamente dos siglos de ser el motor de las transformaciones hacia la modernidad, para tender a nuevas formas de conservatismo (aunque todavía dependiente de la producción física y el consumo de recursos naturales)-. Esta situación tiene profundas implicancias no solamente materiales sino también teóricas y epistemológicas. La tradición intelectual nos ha marcado con la impronta de pensar las estructuras y los procesos sociales y económicos desde la perspectiva de sus condiciones de producción. Una forma de determinación lineal y por etapas: producción, circulación y consumo. Las tecnologías -y los procesos de digitalización en primer término- han quebrado los parámetros de tiempo y espacio, introduciendo el pasado y el futuro en las ecuaciones de un presente continuo. El cálculo de probabilidades, el azar y la incertidumbre han entrado a formar parte de los planes de producción económica a una escala sin precedentes. La velocidad de la circulación de la información condiciona a los procesos de producción (un ejemplo de esto es el *just in time*).

El acceso a los procesos, los dispositivos y las estructuras sobre las cuales se produce la circulación de bienes y de la información ha pasado a ser un recurso absolutamente estratégico. Los flujos del capital financiero constituyen en este sentido un ejemplo central. El modelo de la sociedad de la información presupone el crecimiento exponencial de los flujos inmateriales, y la dependencia creciente de ellos para asegurar la supervivencia de la sociedad real (por ejemplo, cuando se produce un apagón de energía eléctrica, no es por falta del recurso físico -lo que se puede prever-, sino de una falla en los sistemas de regulación y control de maquinarias y procesos).

Aún se nos hace difícil pensar los procesos productivos en términos de circulación, aunque sabemos que es en la propia circulación que el trabajo inmaterial de hombres y máquinas se va produciendo, y al mismo tiempo reproduciendo de este modo todo tipo de valores (económicos, políticos o culturales). No sabemos aún qué implicancias tendrán estas transformaciones *infraestructurales* en la sociedad, la política y la cultura. Sabemos que poseer información es tener poder, y nunca en la historia existieron tantas posibilidades y recursos de información-poder. Sin embargo, ese poder multipolar se encuentra sumamente fragmentado, así como la distribución de las fuentes de información. El ejemplo de *wikileaks* representa un caso ejemplar de *neoperiodismo*, la convergencia de multiplicidad de fuentes de información en la figura de un *actor* capaz de representar un *contrapoder* de los grandes poderes económicos y políticos, y a la vez centralizador de fuentes de *micropoderes* disidentes -y todo en nombre de la verdad y la objetividad de la información- (si el paradigma de comunicación clásica era de *una fuente a muchos receptores*, ahora el proceso de *circulación* de la información abre una *espiral de generación de valor de la información*: de muchos a uno, y uno a muchos en forma

interminable). Tampoco jamás en la historia el valor de la información se hallaba tan determinada por la fugacidad del tiempo, o más bien por la duración decreciente del valor de una información. Como no todo el mundo puede o está interesado en correr detrás de la información, inevitablemente se generan *asimetrías* a todo nivel. Esto se ve muy claramente en el mundo académico y la investigación científica, en la competencia económica, y en la “brecha digital” (*the digital divide*) entre países y sectores sociales.

Entre siglos

A mediados del siglo veinte, la radio a transistor alimentó las expectativas de promover programas de desarrollo y modernización rural promovidas por la Escuela de Comunicación y Desarrollo. A comienzos del siglo XXI es Internet, la telefonía celular integrada y la convergencia digital -entre otras tendencias y tecnologías- las que representan las bases promisorias para generar condiciones para una sociedad de la comunicación más democrática y articulada a través de dispositivos de circulación social productiva. Cada ciudadano podría -al menos en teoría- constituirse en un productor-consumidor y en un militante público en circunstancias apropiadas. Pero debemos aclarar las limitaciones que estas innovaciones difícilmente puedan superar.

El presente escenario guarda ciertas reminiscencias con las formas anarquistas en su rechazo a los condicionamientos y rigideces de las estructuras organizadas. Por otro lado, también presenta asociaciones con un individualismo activo que no choca en absoluto con el ideario liberal clásico. Los individuos se reúnen espontáneamente -o bien convocados- para conformar una multitud³ (figura teórica cara a nuevos planteos de análisis político). Una multitud se reúne con fines precisos para “construir un acontecimiento”, el que puede encuadrarse tanto desde un campo artístico (los *happenings* sesentistas) como uno político (la protesta de las cacerolas). El espontaneísmo construye el acontecimiento, emerge y se expresa en acciones y manifestaciones de todo tipo. Pero no construye -ni busca construir- organización, permanencia, compromisos fuertes y estables. El marginado social o el excluído, conformando un sector social creciente y ya estructural en la mayor parte del tercer mundo, pueden engrosar las filas de una multitud en una manifestación, pero no representan más que un convidado casual y momentáneo que no modifica en nada sus condiciones objetivas de existencia. El paradigma tradicional de la organización social, con sus valores, compromisos e identidades

3. Rheingold habla de “multitudes inteligentes” como grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas gracias a un nuevo medio de comunicación, posibilitando otros modos de organización entre personas que hasta entonces no podían coordinar tales movimientos.

fuerzas, sigue siendo el dispositivo social más adecuado para ejercer presión, expresar las injusticias y construir demandas dentro de un sistema social. Y tampoco el sistema social deja de estructurarse de acuerdo a reglas de poder, de propiedad, de distribución desigual de los recursos.

Un acontecimiento tiene todas las características de la comunicación: es un emergente expresivo de condiciones y situaciones, y puede revelarse a través de acciones directas, o por operaciones mediáticas con un comienzo y un fin; requiere actores sociales en situaciones y contextos específicos. Pero cuando termina, es como la representación teatral, cada uno vuelve a su realidad: los actores bajan del escenario, el público que se ha regocijado, sufrido o conmovido, aplaude. Baja el telón y todos vuelven a sus casas.

Las tecnologías de información y comunicación tienen la virtud de generar nuevos espacios y tiempos, nuevos dispositivos de percepción y de acción, pero también nuevas formaciones infraestructurales (en el sentido material del término, sustentando y regulando la circulación de la energía en estructuras físicas de mantenimiento del hábitat humano, en especial las ciudades). Las acciones mediatizadas seguramente puedan llegar a establecer en un futuro cercano nuevas prácticas que terminen tejiendo las nuevas ecologías en red de la sociedad de la información. Su especificidad y dinámica corresponde a las lógicas de la circulación más que a las de la producción tal como se lo ha entendido en la sociedad industrial. Así como le ha llevado siglos a la era industrial superar la era feudal, aún no podemos saber cuánto le llevará a esta móvil y "reflexiva" sociedad conformar nuevas relaciones de producción-circulación. No sabemos si el paradigma de esta nueva sociedad (¿de la información, del conocimiento, o de la comunicación?) promoverá más desigualdad y más concentración de poder, o si logrará distribuir más equitativamente los recursos que aseguren un acceso más igualitario a mejores condiciones de vida compartidas por toda la sociedad.

Mientras tanto, en nuestra "modernidad líquida" -al decir de Bauman-, y después del fracaso de las estructuras burocráticas y la planificación centralizada, los movimientos sociales parecen hallarse ante la necesidad de desarrollar estrategias duales, articuladas sobre acciones físicas y a la vez comunicacionales. Entre la organización rígida o la flexible; entre la "guerra de posiciones" y el acontecimiento; entre un monólogo repetitivo o el diálogo abierto. Esperemos que las TICs -más allá de los intereses económicos y geoestratégicos- puedan seguir abriendo los canales de diálogo, aunque sea en un campo de batalla simbólico minado por un sinnúmero de prejuicios e intereses particulares.

El sujeto en movimiento: celulares, convergencias e hipermediatización

En las últimas décadas del siglo XX las TICs demostraron la capacidad de convergencia que les permite expandir exponencialmente no sólo múltiples usos diferentes, sino la posibilidad de creación y acceso universal a redes de información y de comunicación. Ya en la primera década del siglo XXI el celular personal y el desarrollo de aplicativos entre redes y dispositivos de infocomunicación (presentando un cuadro más asimilable a una Sociedad de la Comunicación que de la Información) reinstalan al individuo como un agente activo de convergencia entre múltiples sistemas de comunicación. Si el modelo de ser humano en la cultura letrada de la Modernidad era el sujeto lector reflexivo, en la presente modernidad tardía (postmodernidad?) el nuevo modelo vigente -aunque utópico- es *el sujeto móvil e itinerante de la nueva "aldea globalizada"*⁴.

Vale la pena analizar el contexto y las condiciones históricas que fueron configurando el nacimiento de este sujeto móvil de la (pos) modernidad. Ese privilegio había sido ya insinuado en el Renacimiento con el comienzo de los viajes de los navegantes, y en la pintura a través de la toma de conciencia del pintor como observador y el descubrimiento de la representación como perspectiva recreadora del espacio visual. Tampoco es casual que en la filosofía Descartes haya establecido ontológicamente a la conciencia individual y al pensamiento racional como únicas fuentes de verdad (*pienso, luego existo*).

Ya en el siglo XIX los individuos comienzan a movilizarse en los trenes y las geografías del espacio moderno que se pueblan de vías ferroviarias y canales. En el mundo de la representación visual, los impresionistas ven la realidad física como impresiones subjetivas de luz y color, instalando así al individuo como un observador capaz de medir y recrear la realidad de acuerdo a su propia perspectiva y a un punto de vista personal. A comienzos del siglo XIX, el Romanticismo instala objetivamente la historia y el tiempo pasado, el surgimiento de la prensa de masas recrea e instala la conciencia del presente, la fotografía reproduce la realidad física (objetiva), la novela y las artes del siglo XIX instalan finalmente la figura de la subjetividad creativa, y ya a fines de siglo el psicoanálisis introduce la figura de la duda, la sospecha y el análisis.

La Modernidad ha generado más que el conjunto de saberes expresados en las bibliotecas y la academia, ha instituido sobre todo la creación de la figura del observador individual, de una conciencia subjetiva separada epistémicamente del mundo real de los objetos. Ya en el siglo XX los medios de comunicación masivos multiplicaron y recrearon diferentes representaciones de la realidad, reinstalando al individuo como un *observador mediatizado*, como sujeto y

4. ¿Por qué asombrarse entonces del rechazo al libro impreso que muestran los jóvenes criados en la era audiovisual?

objeto de nuevas experiencias perceptivas masivas. Los medios masivos y la publicidad generaron las representaciones sociales y las motivaciones adecuadas a prácticas de consumo acordes con la creación de mercados para las nuevas industrias (recordemos a Ford y el culto al automóvil popular).

Con las innovaciones tecnológicas acelerando día a día la creación y adopción de nuevos dispositivos en un mercado global, finalmente las TICs se presentan como las responsables de proveer mecanismos de convergencia necesarios para articular una multiplicidad explosiva de nuevas fuentes de producción y circulación de información, de mensajes y programas. Se multiplican *ad infinitum* las representaciones virtuales a través de las experiencias multimediales, recreando entornos y contextos diferentes, y teniendo al individuo como eje central de la experiencia perceptiva. El fenómeno de la convergencia deja de ser solamente técnico para tornarse en múltiples procesos de convergencia social, cultural y política.

En una primera etapa, el cine, la radio y la televisión en tanto dispositivos técnicos, aún se presentaban en la forma de una fuente fija e indispensable, de la cual el individuo dependía en forma prácticamente absoluta para sus necesidades, podemos decir que el hombre debía *ir* hacia el medio, y adaptarse a las condiciones de funcionamiento del dispositivo (radio, televisor, teléfono fijo, etc). No creemos exagerar al afirmar que la mayor innovación sociotécnica de los últimos años se halla en la telefonía celular, ya que disminuye la dependencia de una fuente fija y permite la movilidad del usuario, asegurando la convergencia entre diferentes clases de experiencias, usos y situaciones de la vida en contextos de tiempo real. El celular hace posible una convergencia social y pública tanto para los individuos como las organizaciones y la cultura en general. Una verdadera convergencia de funciones con infinita cantidad de información y contenidos *referenciales* y una convergencia comunicacional *interreferencial* para las relaciones sociales (creación de vínculos entre individuos y experiencias organizativas, aunque estén situados en parámetros de tiempo y espacio diferentes).

Esto tendrá consecuencias institucionales sobre los modos en que las sociedades vivirán sus experiencias políticas -en especial para las incipientes prácticas de democracia participativa y la gradual erosión de las formas de representación política tradicional-. Otra consecuencia inevitable consiste en la profundización y la expansión de las prácticas laborales de la economía de la información, el cuentapropismo, el teletrabajo, etc. La virtualidad digital permite la creación de múltiples *mundos de la vida mediatizados* también desde una perspectiva 'autoreferencial'. Esta autoreferencialidad en los medios y en la web se revela en la inundación de programas, canales y escenarios mediatizados que tienen como *leitmotiv* la vida privada y la subjetividad (una conciencia posmoderna que guarda una relación de rechazo y rebeldía con la conciencia racional de Descartes, y cierto descuido deliberado con los criterios de verdad y objetividad). Su única preocupación es la expresión y la exhibición personal, la búsqueda del Otro anónimo como observador, la vivencia del presente, el momento, el aquí y ahora. Y funciona en base a las expresiones del individuo en perpetuo movimiento, sin anclajes en un antes o un después.

El actor de la nueva cibercultura no piensa sobre la información, sino que *procesa información*. El pensar ya no es algo separado de la acción, sino una función más de la propia acción. El celular superará a las computadoras porque reúne imagen con lenguaje, pero también percepción con acción. Es una nueva clase de experiencia de convergencia mediatizada⁵. Instala al sujeto como constructor activo de significados. Un sujeto hipermediatizado, capaz de reunir objetiva y subjetivamente tanto su vida privada como pública, todo a través de actividades sociales y económicas (más aún, se diluye la separación entre unas y otras). Esto nos lleva a la necesidad de una redefinición sobre lo que se considera trabajo en este contexto, y a la cuestión de la convergencia entre actividades separadas que puedan ser rearticuladas a una actividad social compartida y a la producción de valores (tanto para el mercado como para actividades políticas, sociales y culturales). Éste será el sujeto del nuevo capitalismo cognitivo o informacional y las nuevas formas de trabajo inmaterial capaces de generar valor por medio de la transformación de objetos virtuales y objetos de información en *commodities*. Pero la hipermediatización no solamente tiende a transformar el mercado de trabajo (como en el caso del teletrabajador), sino también implica el cambio de las prácticas en los escenarios políticos, generando nuevas formas de acción colectiva, eventos públicos y formas de organización espontánea de grupos y masas en colectivos sociales.

Tomemos nuevamente el ejemplo de los eventos políticos de las manifestaciones de Madrid en el 2004 unos días antes de las elecciones y el caso de Irán después de las elecciones del 2009, donde miles de ciudadanos salieron a repudiar como fraudulentos los resultados de las elecciones. El caso de Irán es particularmente interesante ya que esta vez la protesta sucede en un país musulmán sujeto a un régimen teocrático. La religión islámica, al prohibir la representación de la imagen divina, e inhibir o al menos restringir la reproducción de la imagen humana (a imagen de dios) eliminó la perspectiva individual de expresión del *suje-tocentrismo* propio de la Modernidad occidental. La tradición religiosa eliminó culturalmente la posibilidad de desarrollar una perspectiva individual distanciada y secular del cuerpo y de los seres humanos —y obviamente también la perspectiva femenina— en las representaciones pictóricas y culturales⁶. Si los Talibanes prohibieron la televisión (que reproduce infinita cantidad de imágenes del cuerpo humano en diferentes gestos y posiciones, comprometiendo

5. De acuerdo a un relevamiento de la Queensland University of Technology (QUT) de Australia, el 22% de los australianos de entre 6 y 9 años ya tienen un celular propio. El porcentaje alcanza el 60 entre los de 10 a 14 años, mientras que trepa hasta el 84% entre los de 15 a 18 años. (Diario Clarín, 2/3/2010). "Llama la atención la velocidad de ascenso que consiguió el celular en un corto plazo. Las pantallas generaron nuevas formas de sociabilidad juvenil. Y el celular cumple con esas funciones: chatear, mandar mensajes, navegar, escuchar música, ingresar a las redes sociales. Esto lo hace sin diferenciación, porque atraviesa todos los sectores sociales. En cambio la computadora tiene mayor valoración donde hay conectividad" (R. Morduchowicz Diario Clarín, 2/3/2010)

6. Esto explica el extraordinario desarrollo de la geometría como ciencia y como arte islámico. Y vale la pena comentar también un maravilloso cuento de Borges en el que Averroes, que busca en vano traducir de Aristóteles los términos "tragedia" y "comedia" (pues esas formas de arte no existían en la cultura musulmana), escucha hablar de un extraño suceso al que había asistido un visitante en China, donde personas enmascaradas y vestidas como personajes de otros tiempos, actuaban en un escenario de modo incomprensible.

así la prohibición islámica), ya el teléfono celular transformado en un instrumento de libre expresión y autoreferencialidad para cualquier ciudadano individual, puede llegar a ser considerado prácticamente un instrumento subversivo para un régimen teocrático, al potenciar la capacidad de expresión y autoreferencia de los sujetos.

La penetración irrestricta de dispositivos de información y de comunicación en todas las actividades humanas tiende a generar procesos de convergencia crecientes en los mercados de consumo⁷, en las organizaciones y las manifestaciones políticas, en los eventos culturales y en los procesos simbólicos e imaginarios de nuestras mentes. Así se hacen entendibles las fantasías depositadas en los medios de información y comunicación, ya que se hallan en una posición estratégica, tanto para promover acciones de violencia y conflicto como de solidaridad social; de profundización del control social tanto como de su pérdida, de instrumento de organización como de des-organización social.

La *hipermediatización* es un desafío central para las sociedades, ya que se halla en el cruce de innumerables prácticas y cuestiones económicas, políticas, culturales y simbólicas. La sociedad tecnológica actual está soportada por una compleja articulación entre una infraestructura informacional y una superestructura semiótica-comunicacional (como procesos de construcción de sentido y valores de intercambio social y como una de las formas específicas de interreferenciación y creación de procesos y contenidos interactivos). De modo que la idea de una sociedad de la información es sobre todo una forma de reduccionismo económico e ingenieril, ya que realmente estamos inmersos en redes de relaciones que corresponden mas bien a un entorno comunicacional convergente, construido a través de interacciones, flujos de información, dispositivos mediáticos y redes interconectadas. Una paradoja de esta parafernalia de dispositivos tecnológicos estriba en que la gente tiene la sensación de estar conectada (connectedness) aunque estas conexiones no generan subjetivamente una real y significativa comunicación en medio del océano de mensajes⁸. La paradoja de una conexión

7. "La evolución natural de las redes celulares. Hoy, cuando la mayoría de los usuarios de telefonía celular están comenzando a aprovechar las ventajas de las modernas redes de tercera generación (3G), las empresas de telefonía móvil y los fabricantes de tecnología ya están pensando -y trabajando- en el próximo paso, las redes 4G, que permitirán que con los celulares pueda hacerse, sin limitaciones, todo lo que hoy puede hacerse con una computadora de escritorio, incluido hacer videollamadas, entretenerse con juegos interactivos en tiempo real, y mirar videos de la Web". Clarín, 15/12/2009.

8. Una investigación realizada en el 2009 en los EEUU por Pear Analytic reveló que un 40% de los mensajes de Twitter son considerados 'inútiles'. Entre los textos considerados 'útiles' 37,55% son conversaciones entre usuarios, 8,7 % son reproducciones de otros microblogs, 5,85 % son textos de autopromoción, 3,75% son spam y solo 3,6 % son noticias. En Zero Hora, POA, Brazil 11/12/2009.

Un estudio realizado por la Universidad de California revela que los norteamericanos consumen un promedio de 34 gigabytes y 11,8 horas de información por día, aunque no procesen las 100.000 palabras que la 'soportan'. En término medio, los norteamericanos consumieron 1,3 trillones de horas absorbiendo información en el 2008. La cantidad de bytes consumidos entre 1980 y 2008 aumentó un 6% anual, y gracias a las computadoras, un tercio de las palabras y un 50 % de los bytes son recibidos interactivamente. La lectura, que cayó inicialmente debido a la Tv, se triplicó entre 1980 y el 2008, porque la lectura es la forma preferida de absorber contenidos en Internet. (O Sul, P. Alegre, 11/12/2009).

permanente y al mismo tiempo la sensación de aislamiento individual parecen profundizarse (la comunicación social se está tornando crecientemente autoreferencial, personal y subjetiva, con lo que los cuadros de depresión que invaden los consultorios de salud mental merecen ser cuidadosamente investigados tomando en consideración posibles relaciones con la hiperconectividad de los individuos o la hipermediatización de la sociedad).

Hipermediatización social: algunas tendencias específicas asociadas a las TICs

1. Las TICs tienden hoy a una *re-localización* (por ejemplo, los aplicativos de geolocalización). Se crean y delimitan *lugares*, tanto espacios como tiempos que pasan de la realidad virtual a la real (lo virtual se *real-iza*, o como sintetiza el investigador brasileño A. Lemos: se va de una etapa de *upload* a una de *download*). Los dispositivos de información unidos a dispositivos de control y manipulación a distancia, si bien *crean espacios y lugares*, paradójicamente eliminan la noción de distancia, tiempo y espacio (un chimpancé “conectado” puede ya dar órdenes cerebrales de movimiento a otro chimpancé también conectado a miles de kilómetros de distancia).

2. Los tradicionales mundos de la vida concebidos por Husserl y la fenomenología tienden a recrear nuevas *modalidades de trabajo*: el propio ocio se puede transformar en actividades de reproducción económica a través de procesos biológicos, tecnológicos, sociales y simbólicos realizados en la Red (todo a un mismo tiempo, planteando así las dificultades para construir teorías adecuadas sobre estas transformaciones radicales, y replanteando críticamente la noción de ideología, así como también se hace imperativo entender las nuevas relaciones mutuas entre capital, trabajo y mundo de la vida en la economía de la información global).

3. Los procesos de *producción de valor* tienden a subsumirse y re-producirse a través de los propios procesos de *circulación* (como los ‘derivativos’ de la economía financiera y sus consecuencias de falsa valorización y las burbujas especulativas). Esta tendencia -consecuencia directa de la convergencia de las redes y el *connectedness*- tiende a una transformación paulatina de los productos en servicios y valor (con el consiguiente aumento del PBI global). El público pasa a comprar servicios (experiencias) mas que productos físicos. La mediatización social se confunde con la digitalización.

4. Crisis de pasaje de los procesos de *representación* (tanto del mundo físico como social, de sectores y de clases sociales) a los procesos de *presentificación*. Las imágenes pasan a formar parte de diferentes prácticas sociales y de acontecimientos en acción. El tiempo del observa-

dor se diluye en el tiempo del actor. De una audiencia pasiva a una participativa. En el mundo de la política, las instituciones y el Estado, se dificulta la participación social porque los ciudadanos -así como la mayoría de las instituciones- tienden a mantener el viejo paradigma de una audiencia pasiva, la burocracia formal, los tiempos rituales y el *red tape*. Para los más optimistas, la bandera de la democracia directa pasa por una simplificación de la cuestión en meros términos de acceso a los medios, generando una ideología simplificadora de la política en términos de una cuestión de mero acceso a la tecnología.

5. Se profundizan y aceleran las transformaciones impuestas por todas las formas de *convergencia*: tecnológica (en especial digital), política, social y cultural.

6. Idas y vueltas *en espiral* entre lo *concreto real* a lo virtual, y de éste último volviendo a lo real modificándolo, para luego volver nuevamente a un mundo virtual (es imperativo no dejar dudas en cuanto a que *lo virtual es también real*). Este proceso en espiral entre lo real y lo virtual es posible por:

7. El pasaje de los procesos de interpretación intelectual y lenguajes naturales pueden ser traducidos al mundo de los códigos y los programas de códigos y *lenguajes operacionales*. En otras palabras, por la suplantación de los lenguajes naturales y la comunicación humana por dispositivos de mediación desarrollados por medio de la ingeniería de la información.

8. La profundización creciente de la *apropiación* de los mundos de la vida, de la cultura y la subjetividad por parte del mercado, asociado a las corporaciones y los dispositivos de mediatización social (proceso que Bauman -parafraseando a Marx- denomina sagazmente como *fetichismo de la subjetividad*, tal como podemos observar en la multiplicación de *reality shows*, de exhibiciones de la intimidad, y una autoreferencia al ego y al mundo del deseo en forma compulsiva).

9. Tal como señalamos anteriormente respecto a la relación entre el medio y el usuario, la tendencia a la miniaturización y la convergencia redefinen el papel de las tecnologías en el sentido de acompañar cada vez más situaciones, experiencias y usos adaptados a las necesidades de movilidad, autonomía y multiuso de los dispositivos a las necesidades de los usuarios en la vida cotidiana (en el trabajo, el ocio, el estudio, la participación política y cultural). La mayor autonomía de movimiento y acceso a actividades privadas o públicas, tiende a profundizar las tendencias de individuación y participación social mediatizada, con el consiguiente riesgo de suplantación de los lazos sociales físicos por la participación en redes virtuales.

10. Si bien las ligaciones entre las tecnologías, la creatividad y las expresiones artísticas tienden a crecer y profundizarse, en el ámbito de la educación y la producción mediática se va delineando con más claridad la necesidad de desarrollar en forma específica los contenidos, la innovación y la creatividad como ámbitos de producción y creación de valor diferenciados de los dispositivos *hard* (por ejemplo, el concepto de industrias culturales tiende a ser suplanta-

do por el de industrias de contenido o creativas. *El sentido trasciende al signo, y la imaginación trasciende a la imagen*).

11. La telefonía celular nace como un dispositivo de comunicación, pero los desarrollos de la biotecnología en asociación con la nanotecnología abre infinitas posibilidades de convergencia con nuevos dispositivos de conectividad con las TICs y las redes, y augura un horizonte de innovaciones revolucionarias en las relaciones entre el cerebro, la mente y los dispositivos de infocomunicación como la telefonía móvil (la interfase hombre-máquina puede prescindir del cuerpo y la decisión conciente hasta el punto en que los dispositivos de interfase pueden ganar poder de control y regulación automática -el sujeto corre el riesgo de llegar a ser una "extensión" de mecanismos robot-).

12. La producción colaborativa de contenidos digitales tenderá a crecer en forma exponencial, y esto tendrá consecuencias fundamentales para el mundo del trabajo, la educación, la producción y difusión de conocimiento e información. Las redes dejarán de ser un objetivo buscado para ser una condición necesaria en muchos órdenes de la vida (tómese en cuenta el crecimiento del denominado periodismo 3.0, donde los lectores aportan contenidos e información, participando -aún modestamente- de la producción mediática).

13. La evolución de la tecnología de los dispositivos mediáticos ha producido un salto cualitativo para la ecología mental, perceptual y táctil de la humanidad. Se puede hacer una historia de los medios a partir de sus soportes materiales: del muro de la caverna al papel, pasando por la pantalla fija, la del computador a las pantallas móviles, y a las aún algo utópicas 'pantallas mentales'. El Knowledge Media Design Institute (KMDI) de la Universidad de Toronto desarrolla a partir de 1997 un programa estratégico de aplicaciones sobre todo orientadas a la educación y al diseño a través de medios, considerados ya como Medios de Conocimiento (Knowledge Media)⁹

14. Un enorme impacto irreversible se presenta ya a nuestras instituciones educativas y a las modalidades que se imprimen aceleradamente sobre los procesos de formación permanente. La teleeducación y la transnacionalización de la educación superior abren enormes posibilidades para la integración y la cooperación regional e internacional, sin embargo la Sociedad del Conocimiento -como todo conocimiento- no se constituye sólo como un proceso autónomo e ideal, sino que viene acompañado también por diferentes instancias de poder, de hegemonía e influencia así como de refinadas modalidades de control sobre las identidades y las formas culturales más débiles.

15. Rápidamente se van generalizando las aplicaciones de lo que se ha dado en llamar el *Internet de las cosas* (viviendas y ropas inteligentes, sistemas de supervisión, control y de gestión,

9. The Web of Knowledge Media Design Highlights. S (1997). Speech given by Professor Ron Baecker, Director of the Knowledge Media Design Institute 23 January 1997, OISE Auditorium Toronto, Canada.

etc.). Podemos decir que estamos pasando de la etapa metafísica del 'todo está conectado con todo' dentro del mundo físico, a una etapa 'superior' donde todo tiende a estar conectado entre sí por medio de la información digitalizada. Y el celebrado 'efecto mariposa' se ha concretado por medio de dispositivos de interconexión, circulación y respuesta instantánea donde el sigilo y los secretos son cada día, más difíciles de mantener, y los efectos finales prácticamente impredecibles.

16. Las computadoras seguramente van a perder su rol omnipresente, dando lugar a dispositivos más ágiles y móviles de búsqueda y procesamiento de información como las pequeñas *tablets*. Las memorias y los resultados del trabajo humano en esos dispositivos -al menos por razones técnicas y económicas- tienden (o tenderán) a ser almacenados en macroreservorios ("nubes") que pueden ser creados en cualquier lugar de la tierra (o en un "espacio virtual"). Obviamente el tema de la seguridad y el acceso privado/público a estas memorias cobrará una relevancia creciente

17. Entre las proposiciones menos discutidas de McLuhan, se hallan las que aluden a un nivel que podemos considerar epistemológico. Consideremos las dos siguientes: los medios son efectivamente "metáforas" por su poder de *traducir* la experiencia humana en nuevas formas; (podemos afirmar que los medios actuales son *dispositivos* universales de producción, traducción y multiplicación de toda clase de metáforas). Otra afirmación "oscura" de McLuhan afirma que los medios nos llevan del mundo de los conceptos al de los "perceptos". Estos se entienden como experiencias perceptivas que debilitan la ideología secular de la separación entre cuerpo y mente, restableciendo el equilibrio perdido a partir de la hegemonía de la lectura lineal (el proceso de construcción de sentido no puede ser considerado "puramente" mental, ni el mundo virtual dissociado del mundo físico). Férreamente rechazadas por sus contemporáneos como irracionales, esas intuiciones nos permiten hoy repensar su validez a la luz de las nuevas tecnologías y los procesos de convergencia e hipermediatización (psíquica, social y cultural).

18. Como una caja de pandora, los desarrollos y la multiplicación imparable de aplicativos promueven la creciente hipermediatización social, presentando el aspecto aparente del discurso oficial sobre una auténtica "Aldea Global" (en el sentido en que McLuhan concebía los medios como extensiones del ser humano). Los sujetos tienden hoy a confundir su creciente conectividad y movilidad con un discurso de autonomía y libertad. Sin embargo jamás se imaginó la posibilidad de una situación inversa: la paradoja de que la misma hiperconectividad pudiera relegar a los hombres a cumplir la función de "extensiones humanas" de sistemas tecnológicos autoregulados y autoorganizados, o bien sujetos a controles indirectos institucionalizados por grupos de poder, por corporaciones o por la propia sociedad (una versión digital y cibercultural de "1984" de Orwell).

Esta breve mención de procesos y transformaciones del mundo real-virtual ayuda a comprender de qué maneras nos hallamos viviendo en realidades, entornos y mundos de la vida complejos donde se modifican las referencias, los espacios y los tiempos en la economía, en la política y en nuestras vidas cotidianas. ¿Cómo haremos para mantener una evaluación crítica sobre las realidades que analizan los investigadores en sus proyectos de investigación? ¿Cómo contemplar la necesidad de cambios y adaptaciones entre las 3 dimensiones de nuestros proyectos de investigación: la realidad *objeto* de investigación, las *teorías* y *proposiciones* sobre esas realidades, y por último, los *métodos* que empleamos para abordar la triple y compleja relación entre el saber, el hacer y el poder?

Como las tendencias mencionadas anteriormente pueden dejar al lector una cierta impresión veladamente triunfalista sobre la evolución de las tecnologías y la mediatización social, creemos interesante agregar un par de observaciones desde una perspectiva prudente y crítica como la del investigador argentino Diego Levis: *“Los mundos virtuales son ‘no lugares’, pero nuestros cuerpos no pueden ser ‘no cuerpos’. Este conflicto entre no lugares y cuerpos verdaderos es el centro gravitatorio sobre el cual gira la reflexión sobre la inmaterialidad digital, entendiendo como tal los espacios simbólicos generados por un sistema informático... El cuerpo no es un símbolo, y mucho menos un objeto”* (y prosigue) *“La palabra mágica para la cibercultura... es ‘interactividad’. Interactividad que en las tecnologías informáticas tiende a la neutralización del Otro. Cada interacción se reduce a un ‘diálogo’ sin fin con la máquina, en el que el otro es virtualmente uno mismo (la alteridad es confiscada por la máquina)”* (Levis 2009: 124). Consideramos que estas observaciones manifiestan la necesidad que muchos percibimos de mantener la prudencia, y profundizar la revisión de ciertas proposiciones tales como la noción de ‘interacción mediada por ordenador’, en especial tomando en consideración los argumentos presentados sobre el proceso de comunicación humana desde la noción de interreferenciación.

Para terminar, algunas preguntas clave: ¿Cómo y hasta qué punto estas transformaciones modifican las formas de organización y de producción en el capitalismo como sistema, y los instrumentos teóricos que empleamos para entender y operar en sus condiciones y leyes de funcionamiento? ¿Cómo entender este tardo capitalismo informacional y cognitivo? ¿Cómo se modifican las relaciones de producción que subsisten en las economías más tradicionales? ¿Cómo impactan sobre la estructura y las dinámicas de los procesos sociales y sobre las concepciones y las prácticas políticas?

Bibliografía y referencias

- Autores Varios (1999) "Le Dispositif: entre usage et concept", *Hermés 25: Cognition, Communication, Politique*, París: Ed. CNRS.
- Bauman Z. (2004) *Modernidad Líquida*, Bs As: Fondo de Cult. Económica.
- Charaudeau P. (1997) *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, París: Nathan.
- Corsani A., Lazzarato, Negri (Org.) (1996) *Le bassin de travail immatériel (BTI) dans la métropole parisienne*, París: Edit. L'Harmattan, Logiques Sociales.
- Chang Briankle (1996) *Deconstructing Communication*, Univ. of Minnesota Press.
- Downing, John D. H. (2002) *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, S. Paulo: SENAC.
- Gorz, A. (2005) *O Imaterial, Conhecimento, valor e Capital*, São Paulo: Annablume.
- Kerszberg, P. (2001) *Phénoménologie de l'expérience sonore, Fenomenologia hoje. Existência, ser y sentido no alvorecer do século XXI'*, T. Souza & Oliveira (Org.) Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Hine, Christine (2005) (Ed). *Virtual methods: issues in social research on the internet*, New York: Berg.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture*, New York: NYU University.
- Jonhson, S. (2001) *Emergence (The Connected lives of Ants, Brains, Cities and Software)*, N. Y.: Scribner.
- Lemos André (2002) *Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.
- Lemoigne, J. L. (1995) *La modélisation des systèmes complexes*, París: DUNOD.
- Levis, D. (2009) *La pantalla ubicua*, Bs As: Serie Categorías. La Crujía. 2ª.ed.
- Lotman, I. (1996) *La semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto*, Madrid: Frónesis, Cátedra. Un.Valencia.
- Lull, J. (1995) *Media, communication, culture, a global approach*, New York: Columbia Univ. Press.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*, New York: McGraw Hill.
- Manovich, L. (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Bs As: Paidós Comunicación 163.

- Melucci, A. (2001) *A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas*. Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Miège, B. (2000) *O pensamento comunicacional*, Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Recuero, R. (2009) *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Rheingold, H. (2004) *Multitudes inteligentes*, Madrid: Gedisa.
- Schnitman, D. F. (comp.) (1994) *Nuevos Paradigmas Cultura y Subjetividad*. Ponencias y diálogos del Encuentro Interdisciplinario del mismo nombre, Buenos Aires: Paidós.
- Tacussel Patrick (2002) *A sociologia interpretativa*. Famecos Nº 18, agosto. PUCI, Río Grande do Sul, Brasil
- Turner H. (2000) *Rethorics of welfare*. Oxford Univ. Press.
- Vizer, Eduardo A. (1988) "El abismo tecnológico, ¿un desafío imposible?" Montevideo y Bs. As.; UNESCO e Ideas (Universidad de Belgrano).
- (1994) "The Challenges of developing a Technological Culture", Conferencia: United Nations Department of Public Information, Nueva York, 1987. Trad. en Telos, Nº 37, Madrid.
- (1994) "Desafíos ante la Globalización de la Comunicación", En Rapaport, Mario (comp.). En *Globalización Integración e Identidad Nacional*. Buenos Aires: Ed. GEL.
- (1994) "El modelo Actor-Observador y el desarrollo de una perspectiva comunicacional" en *Teorías Iberoamericanas de la Comunicación*, México: Ed. Univ. de Guadalajara y ALAIC, pp. 363/393.
- (2003) "Ciencias" de la Comunicación: Qué "Cultura institucional y disciplinaria" estamos construyendo? *Fronteiras* Vol. No V. Public. Programa Pós-graduação em Comunicação. Univ. Unisinos, Brasil.
- (2004) "¿Sociedad de la (in)formación o de la comunicación? Entre el condicionamiento y la libertad" *Signo y Pensamiento* Vol. No.44, pp.41/52, ener/jun. 2004. Universidad Javeriana, Colombia.
- (2005) "Socioanálisis. Metodología de investigación, análisis diagnóstico e intervención social". *Redes.Com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Vol. No 2, Sevilla, pp.415/430
- (2006), *La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Bs. As. 2ª Ed.: La Crujía. Versión en portugués (2011). Ed. Sulina, POA Brasil.
- Vizer et.al. (2007) "Mídia e movimentos sociais. Linguagens e coletivos em ação", S.Paulo: Ed. Paulus.

(2007) "Hacia una ecología social y estratégica de la comunicación", Paper a Coloquio Transfronteiras. Publ. Secret. de Ciencia y Téc., Facult. de C. Sociales, Universidad de Buenos Aires.

(2007) "Procesos sociotécnicos y mediatización en la Cultura Tecnológica" En Sociedad mediatizada. Moraes, Denis (coord.) Barcelona: Gedisa, pp. 39/69.

(2008) "Midiatização e (trans) subjetividade na Cultura Tecnológica. A dupla face da sociedade mediatizada", Varios coordinadores. São Paulo: Ed. Paulus, pp. 31/51.

(2008) "Trans-formaciones sociales y relaciones sociotécnicas en la cultura tecnológica" En 'Economía Política da Comunicação. Interfases Brasileiras'. Brittos V.C. & Cabral Adilson (org.), Rio de Janeiro: E.papers, pp. 132/147.

(2009) "Etapas de la cultura tecnológica y creación de valor". En 'Economía Política, Comunicação e cultura'. (Org.) Fagundes Hausen D. & Cruz Brittos V. Porto Alegre, Brasil Edit. da Pontifícia Universidade Católica do R.G.S. pp.181/201.

Comunicación y Socioanálisis. Estrategias de investigación e intervención social. Ed. La Crujía, Bs. As. (En prensa)

(2009) "Social dimensions of communication; communicational dimensions of social processes. Some propositions on problematic research lines". Famecos No.40 Porto Alegre, Brazil, pp.15/23.

Periódicos

www.cartacapital.com.br

www.clarin.com.ar

www.zerohora.com.br

www.osul.com.br



La implosión de los medios, la explosión de los sentidos

Luis Baggiolini

Escuela de Comunicación Social. Docente-Investigador de la UNR.
lbaggiolini@bbnforum.com.ar

Resumen

El artículo aborda los dos aspectos que, desde nuestro punto de vista, más impacto han tenido en los años posteriores a partir de la obra de Marshall McLuhan: la constitución del sujeto-objeto de los medios de comunicación, el híbrido hombre-máquina, y la elaboración de una historia de los medios, en tanto tecnologías de comunicación, que crea su propia combinatoria interna (leyes de medios) a partir de una dinámica discontinua, donde el futuro de los medios y los medios del pasado se mezclan con el presente.

Palabras claves: McLuhan - máquinas - híbridos - leyes de medios

Abstract

The article discusses two aspects which, from our point of view, have had more impact in later years from the work of Marshall McLuhan: the constitution of the subject-object of the media, human-machine hybrid, and the development of a media history, as communication technologies, which creates its own internal combinatorial (media law) from a discontinuous dynamic, where the future of media and media of the past mingle with the present.

Key-words: McLuhan - machines - hybrids - media law

Resulta difícil rescatar de la profusa y original obra de Marshall McLuhan un aspecto, un concepto, una idea, que la represente. Más allá de sus condensadas máximas, convertidas en los slogans más exitosos de la segunda mitad del siglo XX¹, hay dos caminos, recorridos una y otra vez por el propio autor, que son dos puertas de entrada al estudio de los medios. Me refiero a la relación hombre-tecnología como una unidad conceptual y al diseño de una historia de las tecnologías de comunicación donde el “sujeto” y el “objeto” de esa historia son los propios medios.


¿Qué leemos hoy, 2011, en los textos de Marshall McLuhan, desde *The Mechanical Bride* hasta *Leyes de Medios*, desde fines de los '50 a mediados de los '80?

Una mirada retrospectiva nos permite ver su importancia. McLuhan instala en los años 60 el **estudio de los medios en tanto tecnologías** (el *logos* de la técnica)², no como canal, ni en relación a su poder o efectos sobre la audiencia, sea la forma que tome (masa, público, individuo): más allá de los actores y sin tener en cuenta el contexto, porque ellos mismos crean su propio contexto, su ambiente.

McLuhan entendió la irrupción creciente de las tecnologías de comunicación en nuestras vidas. No se ocupó tanto de “medir su fuerza”, de calcular las proporciones de sus componentes o la inercia de su movimiento en los “receptores”. Tampoco se preocupó por su contenido... por los mensajes que contienen. Su interés se ubicó en aquellos artificios tecnológicos (medios) que día a día, y de manera intensa y creciente, se integraban a nuestro yo (corpóreo, psicológico, simbólico). E intentó comprender este fenómeno: su foco estuvo en las mediaciones, es decir, en la acción de los medios... en el carácter configurador de las tecnologías de comunicación... en el sentido que cada nuevo medio incorpora a nuestro ambiente cultural. Quiso comprender sus efectos por el carácter de esta mediación tecnológica y no por los contenidos (mensajes), ni por el emisor, ni por los receptores. No se preocupó por entender a los medios como un simple CANAL, como un instrumento de la comunicación, sino por el sentido estructurante de la mediación tecnológica, es decir, por la persistente **opacidad** de los medios. Se interesó por los efectos que esta acción provoca, por los cambios perceptivos

1. Nos referimos a los conocidos, y muy analizados, “el medio es el mensaje” o sus complementos, “el medio es el masaje” y “cada medio nuevo tiene como contenido un medio anterior”. A la descripción del mundo interconectado más utilizada en estos últimos 30 años: la “aldea global”. E incluso, a la utilización de una frase para definir, desde los medios, el mundo moderno: la “galaxia Gutemberg”.

2. McLuhan insiste en el análisis de las tecnologías como *logos* (palabra, razón), en el sentido de la retórica griega. Desde su punto de vista no se ocupará ni del *ethos* (orador) ni del *pathos* (auditorio), los otros dos aspectos que aborda la retórica.



y por los espacios de influencia subjetiva (ambientes). Su atención se centró en el hombre, en sus prótesis tecnológicas y en el espacio que construyen en común.

En el primer párrafo de *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* (McLuhan 1977) se afirma:

“Después de tres mil años de explosión por medio de técnicas fragmentarias y mecánicas, el mundo de Occidente entra en implosión. Durante las eras mecánicas prolongamos nuestros cuerpos en el espacio. Hoy en día, después de más de un siglo de técnica eléctrica, hemos prolongado nuestro propio sistema nervioso central en un alcance total, aboliendo tanto el espacio como el tiempo en cuanto se refiere a nuestro planeta. Estamos acercándonos rápidamente a la fase final de las prolongaciones del hombre, o sea la simulación técnica de la conciencia cuando el desarrollo creador del conocimiento se extienda colectiva y conjuntamente al total de la sociedad humana, del mismo modo en que ya hemos ampliado y prolongado nuestros sentidos y nuestros nervios valiéndonos de los distintos medios” (McLuhan 1977: 25-26).

En este párrafo está contenido todo el programa de trabajo de McLuhan: su visión de los medios, la integración orgánica de las tecnologías con el hombre, la relación de los medios con la tecnología a la que “pertenecen”, el carácter histórico de la mediación tecnológica, el paso de la explosión mecánica a la implosión eléctrica.

Esta obra se nos presenta como un **manual de hibridez: de los medios entre sí**, en tanto tecnologías (la historia es un buen repositorio de ejemplos que McLuhan despliega paso a paso) y del **hombre y los artificios tecnológicos**, en tanto extensiones orgánicas. Dicho de otro modo, aborda el problema de la **historia de los medios** y de la complejidad creciente de esta nueva **identidad** producto de la fusión del hombre con la tecnología.

La entrada histórica

“Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación” (McLuhan 1974)

En McLuhan no pueden entenderse los medios sin su historia, no los medios como parte de alguna de las filosofías de la historia, sino como una historia con eje en las tecnologías de comunicación. Lo nuevo en McLuhan es su comprensión de los medios en los procesos de cambio. Los medios no nacen y mueren, se transforman continuamente, las tétradas son las leyes que guían esta transformación. Su perspectiva de la historia no es lineal, cada cambio es un proceso que incluye lo nuevo, lo viejo, lo viejo en lo nuevo y lo posible... las leyes de medios explican este proceso no-lineal. Cada momento de fusión de diferentes medios supone una explosión de energía, de “energías híbridas”, que incluye el uso, o los posibles usos, como elemento articulador de las tétradas (potencia, recupera, invierte, torna obsoleto). Todo medio tiene como contenido un medio anterior, por lo tanto, el primer impulso es conservador. Tendemos a una inercia perceptiva que hace que usemos todo medio nuevo con las pautas ambientales ya incorporadas por un medio anterior. El estudio de los medios debe tener en cuenta este carácter híbrido:

“La hibridación o mezcla de estos agentes (los medios) brinda una oportunidad especialmente favorable para que veamos sus componentes estructurales y sus propiedades” (McLuhan 1977: 77)

Es decir, los medios no se mantienen “puros”, no conservan su “especificidad” formal o relacional ya que están sujetos a una mezcla continua, la irrupción de cada nuevo medio provoca una “liberación de energía” que reconfigura todo el sistema “ya que no hay ninguno de éstos (medios) que tenga significado o existencia por sí sólo, únicamente en constante juego recíproco con otros medios” (Ibídem: 51)

En el mundo implosivo del espacio acústico o audio-táctil de las tecnologías eléctricas, donde rige lo simultáneo e instantáneo por sobre el orden secuencial y fragmentario de la tecnología mecánica, la energía híbrida fluye en un proceso de cambio acelerado, donde la continua incorporación de nuevas prótesis complejiza el paisaje mediático:

“Los cruzamientos o hibridaciones de medios liberan grandes fuerzas y energías nuevas, cual si fuese por fisión o fusión. No tendría que haber ceguera ante estas cuestiones una vez que se nos ha notificado que hay algo por observar” (Ibídem: 76)

Uno de los capítulos más importantes de *La comprensión de los medios...* es el dedicado al fenómeno de la hibridación o mezcla de medios: Energía híbrida. En él se plantea claramente que, salvo la luz, todos los medios vienen de a pares “con uno de ellos actuando como el «contenido» del otro, con lo que oscurece el funcionamiento de ambos” (Ibídem: 83). Dicho de otro modo, “el medio es el mensaje”. Esta fisión o fusión de medios es la encargada de liberar la energía híbrida que hace mover la historia. Es el motor del cambio.

La idea de pensar estas combinaciones como multimedias o híbridas supone tomar partido. ¿Las cualidades “específicas” de los medios son previas y dadas de antemano?, ¿o las combinaciones y contaminaciones, que la aparición de “nuevos medios” pone en evidencia, muestran una dinámica que atraviesa toda la historia de los medios? Hay ciertos rasgos o tendencias (*bias*³) de las tecnologías de comunicación que, una vez que el uso las consolidó como medios, pueden ser recuperadas desde otro soporte tecnológico y con otro uso. La tensión entre “lo” específico y lo secundario o marginal es la discusión entre las reglas de la serie (las invariantes) o la importancia de los casos y los detalles. Las diferencias que le dan especificidad a cada medio, hay que buscarlas en lo particular y en los márgenes o en lo evidente y uniforme.

La discusión formalista sobre la “especificidad” de la literatura (“lo literario” de Tinianov), del cine (“lo filmico” de Metz) o, en términos de materialidad, de lo audiovisual o de la escritura, no parece un camino adecuado para estudiar los nuevos medios.

Las tétradas o leyes de medios, nos dan las claves comprensivas de cada nuevo medio, haciendo jugar en el “intervalo resonante”, es decir, en la relación analógica entre figura y fondo:

El **incremento** (figura) es a la **inversión** (fondo) lo que la **recuperación** (figura) es al **desuso** (fondo). Dicho de otro modo, lo que **potencia** es a lo que **invierte** como lo que **recupera** es a lo que **torna caduco**.

3. El término *bias* (inclinación, tendencia) fue utilizado por Harold Innis en su clásico *The bias of communication* donde planteó la importancia decisiva que ciertas tecnologías de comunicación como el telégrafo, el tren o las autopistas, tiene en el desarrollo económico y social. Durante los años que siguieron a Galaxia Gutenberg, Innis y McLuhan tuvieron un trato frecuente y compartieron muchas ideas.

Como nos enseñó la Retórica, las combinaciones de cada uno de los términos de la analogía producen, por condensación, una metáfora. Las condensaciones analógicas así producidas, las metáforas, le dan sentido a los medios. Hay una suerte de lenguaje (logos) que subyace a la aparición de cada medio nuevo, ya que “los medios creados tecnológicamente son tan simbólicos como pudiera serlo cualquier metáfora” (McLuhan 1972).

El proceso llamado “remediación” por J. Bolter se parece más a la idea de transposición semiótica (cambio de soporte) o al de “influencia” literaria (ideas, conceptos o estilos de un autor o escuela en otro). No obstante, este mismo autor encuentra en la *ekphrasis*⁴, figura de la retórica helenística que se propone traducir en palabras las representaciones visuales, especialmente en el campo del arte, una estrategia por ir más allá de las palabras, salteando la representación e intentando llegar a la cosa. Hoy, según el autor, se da un fenómeno contrario o una “*ekphrasis inversa*”, son las imágenes quienes traducen a las palabras ya que son las formas hegemónicas del entorno virtual y pueden llegar a saltar más fácilmente el mundo de la representación a través de una “implicación empática total en un mundo creado”. La relación entre palabra e imagen ha cambiado: en la web “el texto verbal debe luchar por mantener su legitimidad en un espacio cada vez más dominado por los modos de representación visuales” (Bolter 1998: 276)

No parece ser esa la realidad del texto en internet. Los medios digitales “contienen” un texto que difiere del impreso pero que lo retoma, al igual que al oral, e incluso incorpora ciertos rasgos que parecen propios del “nuevo medio”: esta hibridación del texto digital puede llegar a sistematizarse o “formalizarse” a través de las tétradas o leyes de los medios. Qué recupera, qué invierte, qué potencia y qué torna caduco. A modo de ejemplo, para mostrar que internet no está dominado por las imágenes, que el texto digital ha recuperado ciertos rasgos del texto pre-impreso y del mundo de la oralidad, y que internet es básicamente un híbrido que potencia la simultaneidad eléctrica e invierte ciertas cualidades del texto impreso, paso a describir sus cualidades más salientes:

En la web se escribe y se diseña texto con una doble legibilidad que se orienta a dos prácticas diferentes: corta y rápida para la lectura en pantalla y una lectura en profundidad para la impresión (PDF, diseño digital para la edición en papel). Las tabletas proponen volver a usar las manos para leer: como un libro-pantalla.

El **texto digital**, leído en pantalla, tiene ciertos rasgos que permiten configurar hábitos o rutinas de lectura. Cuando la extensión del texto supera el tamaño de una pantalla comienza

4. Un ejemplo de *ekphrasis* clásica es la descripción que hace Homero en el libro XVIII de la *Iliada*, donde describe con todo detalle el escudo que Hefaios, dios griego del fuego, hace para Aquiles.

a operar el hábito adquirido por la cultura libresca: se pasa de la lectura en superficie a la lectura en profundidad, y ésta, al menos hasta ahora, se realiza sobre un texto impreso.

Desde el mail, pasando por el chat o el Messenger, el Twitter o el Facebook, hasta los mensajes de texto del celular, la interactividad es textual. Es una escritura "oral", una oralidad secundaria (Ong 1988), una especie de slang, argot o "lunfardo" que debe ser leído en "voz alta" (interior) para ser comprendido. Esta práctica de lectura pre-imprenta se contrapone con un rasgo post-imprenta: se va desdibujando la estandarización que construyó la imprenta. El **diálogo digital** (chat). Tanto en el Facebook como en Messenger, el chateo es una especie de diálogo a dos voces, un género híbrido: tiene la espontaneidad y el tono coloquial de la conversación y, sin embargo, apela a la síntesis y a neologismos propios de lo impreso. Tiene una temporalidad oral y una materialidad gráfica.

El diálogo digital en tiempo real es un nuevo **género textual**, un híbrido entre oralidad y escritura. En esta escritura la ortografía no existe y la sintaxis es fragmentaria, no secuencial. Es un diálogo en ausencia-presencia del otro, con marcas de presencia, sin cuerpos y a un mismo tiempo. Es una pura comunicación táctil como la conversación, como toda forma interactiva: la interactividad es táctil. A través de los dedos de las manos conectados al cursor de la pantalla uno "muestra" el cuerpo, ese cursor que se mueve y dibuja una letra tras otra "expresa", indica un cuerpo, una presencia física y contemporánea, un **aquí, ahora pero allá**.

Como faceta social y afectiva es una mayéutica textual. Si para Platón la mayéutica era la labor de la partera de la verdad, en la dialéctica digital del chat lo que se alumbró no es una verdad previa que se esconde en nuestro interior, es un interior que se descubre, un yo interior que se construye en una agonística verbal que se presenta como verdad interior, como yo verdadero: identidad virtual que se construye a través del diálogo digital.

La palabra en la pantalla **también** es imagen, en un sitio web forma parte esencial de la gráfica. La imagen más que suplir la palabra, se transformó, en Internet, en pura escritura, tanto ideográfica como fonética. Las imágenes en internet hoy funcionan como las *iluminaciones* de los manuscritos medievales, más como complemento que como parte constitutiva de la web. La propia escritura en la web es más pasible de ser leída como imagen que las imágenes, que sólo la enmarcan y adornan, son figuras retóricas, pura *elocutio*, de un soporte multimedial que tiene a la escritura como sustancia argumental y narrativa.

Pero volvamos sobre la importancia de pensar los medios como híbridos. En McLuhan el eje del cambio es la tecnología: manual, mecánica, eléctrica. Los medios son subproductos de estas tecnologías y cada uno de ellos supone un uso particular. En el mundo eléctrico-digital, los medios se han multiplicado y han ido tomando un carácter menos sólido que la prensa, la TV, el cine, la radio, la PC, etc. Este tipo de hardware ha dado paso a prótesis más flexibles

(gadgets que difícilmente podríamos denominar medios) que generan diferentes interfaces. Lo mismo pasa con distintos tipos de software que permiten interactuar a partir de interfaces cada vez más personalizables. El gran tema de hoy en los estudios de los medios de comunicación es el problema de las interfaces: un interfaz, “exitoso” en un medio, suele pasar a otro medio generando un cambio en su relación con el usuario, un cambio de escala que reestructura el sistema de medios. El interfaz gráfico de los portales de noticias o diarios on-line ha pasado, sin demasiados filtros a los noticieros de la TV. Un caso extremo de esta hibridación de interfaces lo pudimos observar durante las horas siguientes al terremoto y tsunami de Japón. La TV japonesa suministró información textual bajo las imágenes y sobre ellas, logos de la cadena e imágenes de los entrevistados en un *frame* a la de derecha de la pantalla. La creciente incorporación de textos en la pantalla televisiva forma parte del fenómeno *verbivoco-visual* de internet: la variedad de textos, de diferentes fuentes y estilos, sobre y bajo las imágenes fijas y en movimiento, de los portales de internet, son un claro ejemplo de la constante *hibridación* de los *implosivos* medios electrónicos.

La aparición del dispositivo: el hombre como servomecanismo

“Senza cuore saremmo solo macchine”⁵

El sentido del tacto (sinestesia) es múltiple: resume TODOS los sentidos. Los espacios (acústico, visual) son el ámbito de actuación de los sentidos extendidos por la tecnología. Cada uno de estos espacios “somos” nosotros a nivel simbólico, psicológico y perceptivo: es nuestra identidad la que está en juego en cada extensión perceptiva.

McLuhan ya nos había advertido que narcisismo y narcosis juegan un papel determinante en la adopción de nuevas tecnologías. “Fisiológicamente hay abundantes razones para que una prolongación de nosotros mismos nos suma en un estado de embotamiento” (McLuhan 1977: 69). No reconocer las extensiones tecnológicas como parte de nosotros mismos, percibir nuestras extensiones como algo ajeno, es sólo explicable a partir de esa narcosis y del efecto de nuestro narcisismo.

5. Slogan utilizado por Alfa Romeo en la publicidad gráfica de la nueva Giulietta, aparecido en el diario *La Nación* del 29 de junio de 2011.

La coevolución del hombre con la tecnología en McLuhan es una constante: es la primera hibridación, la del hombre con las herramientas que nuestro autor ya había encontrado en la obra de L. Mumford y S. Gideon y que hoy podemos leer en autores como B. Matzlish, D. Haraway o J. De Resnay.

Los ambientes son el producto de esta coevolución, de este nuevo sujeto híbrido donde lo artificial y lo "natural" se confunden. Aunque, paradójicamente, la visión mcluhaniana de la evolución del híbrido "hombre-máquina" no parece adscribirse totalmente a la idea de progreso. Existe una secuencia histórica, "en espiral", donde la recuperación de ciertos ambientes tecno-perceptivos se actualizan, pero de un modo diferente: el espacio audio-táctil del mundo tribal-oral no tiene los mismos rasgos tecnológicos que el espacio audio-táctil de la tecnología eléctrica, aunque sí los mismos efectos perceptivos, sólo que a una escala mayor. La aldea tribal se transforma en una aldea global. El ambiente eléctrico, pues, con sus nuevas tecnologías ha producido una radical transformación de nuestra vida sensorial, al generar una extremada y profunda tactilidad, consecuencia de «una red de penetrante energía que se adentra sin cesar en nuestro sistema nervioso». El predominio de lo audio-táctil en detrimento de lo visual establece un campo global de interrelación semejante al de las aldeas primitivas. De ahí que el medio eléctrico haya convertido el planeta en una gigantesca aldea global. "Hoy en día -afirma McLuhan- la electrónica y la automatización obligan a que todo el mundo se adapte al vasto medio ambiente global como si fuese su pequeña ciudad natal" (McLuhan 1992)

En sentido estricto, la constitución de distintas comunidades en las redes no configuran un "espacio acústico" o "audio-táctil" soportado por una tecnología que pone en común un ambiente implosivo donde la comunidad-aldea más que global es virtual, ya que los sentidos extendidos no se configuran en un espacio físico, en un territorio más o menos extenso o cercano, sino en un ambiente virtual, internet. No habría que confundir los ambientes o espacios mcluhanianos con el territorio. Este último es un concepto físico, los anteriores son simbólicos y virtuales

La implicación sensorial del mundo oral se transforma en la implosión sinestésica (táctil) del mundo eléctrico. Vuelve el dominio de lo simultáneo y el privilegio del fondo por sobre la figura. Este es un tema muy importante. Poder diferenciar figura y fondo no es fácil en la era eléctrica, implosiva, táctil y participativa. Necesitamos ubicarnos en lo que se denomina "intervalo resonante", dado que éste "define la relación entre figura y fondo y estructura la configuración del fondo" (McLuhan y Powers 1992: 20). Este juego focal entre figura-fondo, ambiente-contrambiente, yo-otro (Narciso y narcosis) es el eje interpretativo que atraviesa toda la obra de McLuhan. Pasar de la figura al fondo y volver, poder atravesar el "intervalo resonante", forma parte del trabajo del analista de medios. Recorrer esa frontera permeable es reconocer las diferencias entre los medios, es entender que el verdadero mensaje son los

medios y los ambientes que crean. “Se puede pensar en el intervalo resonante como un límite invisible entre el espacio visual y el acústico” (Ibídem: 22).

Pero el usuario de los medios “vive” (en) el ambiente. Para él no hay “intervalo resonante”, no hay límites entre figura y fondo. El que está consultando una base de datos desde su PC, está, al mismo tiempo, “en la terminal y en el centro del sistema” (Ibídem: 21). Para él no hay diferencias, hay una continuidad, que será más transparente cuanto más exitosa sea la interfaz.

¿Acaso una interfaz exitosa no es aquella que va en ese sentido, en el de la configuración perceptiva del fondo que organiza cada ambiente tecnológico? Por otra parte, y en términos perceptivos, ¿la tecnología eléctrica “exige” una interfaz “táctil”? ¿y una tecnología mecánica como la imprenta, una visual? ¿Es la interfaz el punto de “contacto” entre el hombre y sus extensiones tecnológicas? ¿o los conceptos de extensión y de ambiente remiten más a una visión integrada (sin entre) del hombre con la tecnología? desde este punto de vista las interfaces son las puertas de entrada a estos ambientes, cuanto más abierto y transitable es ese pasaje, más transparente será la interfaz.

La tecnología eléctrica es la extensión del sistema nervioso central. “Con la llegada de la tecnología eléctrica el hombre prolongó o estableció fuera de sí mismo un modelo vivo del propio sistema nervioso central” (McLuhan op cit: 71)

Esta manera de entender los medios como una extensión orgánica del hombre, deja parte de nuestra naturaleza humana fuera de nosotros mismos: ubica alguna de nuestras facultades orgánica-perceptivas en el mundo de los objetos tecnológicos⁶, fuera de nuestros límites corporales. Estamos en las prótesis tecnológicas como ellas están en nosotros.

Ahora bien, el sujeto mcLuhiano ya no pertenece al registro de la naturaleza (humana), ni al del artificio (tecnológico), es un híbrido, una entidad con límites difusos. El gran hallazgo de McLuhan es entender la necesidad conceptual de este híbrido natural-artificial. Esta idea de los medios como “extensión” de nuestras funciones orgánicas se ha transformado durante la segunda mitad del siglo XX en un operador simbólico: el *Cyborg* de Donna Haraway, la *cuarta discontinuidad* de Bruce Mazlish, el *Cibionte* de Joel de Resnay, la *persona-más* de D. Perkins.

Hay un concepto muy utilizado en estos últimos años, la *inteligencia colectiva*, de Pierre Levy, que también se explica a partir de esta contaminación de la tecnología con ciertas cualidades subjetivas. Especialmente en este caso, hacemos referencia a una capacidad que ha definido históricamente la condición humana: la inteligencia.

6. Es interesante el planteo de J. Baudrillard en “*Lo orbital. Lo exorbital*” respecto a la diferencia radical que supone la ubicación del hombre como centro de una serie de tecnologías que giran a nuestro alrededor o, por el contrario, que sea el hombre que, completamente extendido, ya fuera de sí, gire excéntrico a sus propias extensiones. Si el medio es el *masaje*, y no sólo el mensaje, como nos indica el propio McLuhan, está claro que este peligro no está ausente.

Perkins utiliza el término *persona-más* para referirse a esta pérdida de la autonomía individual en la adquisición y en el ejercicio de habilidades y competencias cognitivas: “podemos hablar de la persona más el entorno como un sistema compuesto que piensa y aprende” (Perkins 2001: 127). Desde este punto de vista, la inteligencia no es una cualidad de la mente, sino que es un producto de la relación entre las estructuras mentales y las herramientas intelectuales provistas por el ambiente cultural.

P. Levy entiende que internet, como “espacio de conocimiento”, hace posible un nuevo modo de generar conocimiento, la “inteligencia colectiva”. Aquí, la tecnología digital permite “extender” una competencia, inherente a la naturaleza humana, a las redes. Estableciendo “fuera de sí mismo un modelo vivo” de la mente. “¿Qué es la inteligencia colectiva? Es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias” (Levy 2004: 19).

H. Jenkins (2008), aplica el concepto de “inteligencia colectiva” al mundo de los *fans*, al modo en que actúan en sus comunidades virtuales y a la fuerza con que inciden en la industria cultural. Sostiene que esta “cultura de la colaboración” está transformando el mundo de la cultura, especialmente entre los jóvenes (y no tan jóvenes, ya que este fenómeno puede apreciarse desde la saga de *Star Trek*) y en los medios audiovisuales (cine, televisión, juegos, internet), y es un buen ejemplo de lo que Levy llama “espacio de conocimiento”, ya que todo su accionar se ha vuelto en forma exclusiva sobre internet. Los *fans* comparten información, observaciones, interpretaciones y pasiones sobre el género (ciencia ficción, terror, etc.), programa de TV, o film fruto de su devoción (*Star Wars*, *Friends*, *Lost*, etc.) y el conocimiento que a cada momento producen es compartido por todos, ya que “en una comunidad de conocimientos nadie sabe todo pero todos saben algo” (Levy 2004 en Jenkins 2009: 167). Los *fans* se constituyen en internet y forman parte de la “inteligencia colectiva”, dado que, como dice McLuhan, “un artefacto, llevado lo suficientemente lejos, tiende a reincorporar al usuario” (McLuhan op cit: 21)

La inteligencia colectiva (Levy y Jenkins) supone la construcción de una inteligencia híbrida (hombre-máquina) como extensión (individual) de nuestra mente en las redes digitales (internet). Es un ejemplo de lo que Perkins denomina *persona-más*, la conjunción protésica del hombre *más* la tecnología. “El hombre se convierte así, en una *criatura de su propia maquinaria*” (Ibídem: 21), en un *servomecanismo* de la inteligencia colectiva.

Hemos recorrido dos puertas de entrada a la obra de M. McLuhan: la historia de los medios y la identidad hombre-tecnología. Ambas se relacionan a través de un concepto repetido: la mezcla, la combinación, la falta de pureza y de especificidad, la continua permeabilidad de las fronteras que nos llevan a concebir a los medios y a los sujetos como **híbridos**. Entre lo natural y lo artificial, entre lo nuevo y lo viejo, entre un medio y otro(s). En todos existe una

relación de figura-fondo, de perspectivas y de fronteras. En la identidad híbrida que los medios conforman y que media entre el hombre y su "exterior" (real) se expresa la dinámica del cambio histórico.

Bibliografía

Baudrillard Jean (1985) *Lo orbital y lo exorbital*, México: Revista Vuelta Nro. 11.

Bolder, D. Jay (1998) "Ekphrasis, realidad virtual y el futuro de la escritura", en Numberg, G., *El futuro del libro*, Barcelona: Paidós.

Darley A. (2002) *Cultura visual digital*, Barcelona: Paidós.

Debray R. (1994) *Vida y muerte de la imagen en occidente*, Bs As: Paidós.

Dery M. (1998) *Velocidad de escape*, Madrid: Siruela.

Eisenstein E. (1984) *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*, Madrid: Akal.

Havelock E. (1994) *Prefacio a Platón*, Madrid: Visor.

Jay M. (2003) *Campos de fuerza*, Bs As: Paidós.

Kurzweil R. (2000) *La era de las máquinas espirituales*, Bs As: Planeta.

Jenkins H. (2008) *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

Jenkins H. (2009) *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Barcelona: Paidós.

Jenkins H. (2010) *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*, Barcelona: Paidós,

Levy P. (2004) *La inteligencia colectiva*, Washington: OPS.

Levy P. (2000) *Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la informática*, Bs As: Edicial.

Matzlish B. (1978) "La cuarta discontinuidad" en Kranzberg M. y Davenport H. *Tecnología y cultura*, Barcelona: GG.

McLuhan M. (1974) *El medio es el mensaje*, Bs As: Paidós.

McLuhan M. y Powers B. (1992) *La aldea global*, Barcelona: Gedisa.

McLuhan M. (1977) *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México: Diana.

Mitcham C. (1989) "Los modos de ser-con la tecnología", en *Rev. Anthropos* Nro. 94-95, Madrid.

O'Donnell J. (2000) *Avatares de la palabra*, Barcelona: Paidós.

Olson D. (1998) *El mundo sobre el papel*, Barcelona: Gedisa.

Olson D. y Torrance N. (comp.) (1995) *Cultura escrita y oralidad*, Barcelona: Gedisa.

Ong W. (1987) *Oralidad y escritura, tecnología de la palabra*, México: FCE.

Perkins D. (2001) "La persona-más: una visión distribuida del conocimiento y el aprendizaje", en Salomon G. (comp.) *Cogniciones distribuidas. Consideraciones psicológicas y educativas*, Bs As: Amorrortu.

Sibilia P. (2002) *O homem pós-orgânico: Corpo, subjetividade e tecnologias digitais*, Rio de Janeiro: Ed. Relume Dumará.

Simone R. (2001) *La tercera fase*, Madrid: Taurus.

Antes de la *aldea global*: los medios de sonido como redes sociales y extensiones hipermediáticas*

José Luis Fernández

Universidad de Buenos Aires
j_fernandez@szinfonet.com.ar

Betina González-Azcárate

Universidad de Buenos Aires,
University of Pittsburgh, U.S.A.,
BSG7@pitt.edu

Resumen

En este artículo presentamos los resultados de quince años de investigación sobre medios de sonido (radio, teléfono, fonógrafo) y vida cotidiana en Argentina. El objetivo principal de esta ponencia es relacionar esos resultados con los aportes de Marshall McLuhan a la teoría de los medios masivos de comunicación y discutir algunos de sus conceptos centrales. A partir de su conceptualización de los medios como extensiones del hombre, mostramos cómo los medios de sonido funcionan como *extensiones hipermediáticas* y cómo, de hecho, constituyeron la primera red social de alcance masivo creada hacia principios del siglo XX. Desde esa perspectiva, discutimos la noción misma de medio y las predicciones de McLuhan acerca del futuro de la *aldea global* a la luz de los procesos actuales de globalización e hipermediatización.

Palabras claves: medios, dispositivos técnicos, extensiones, aldea global, discursos mediáticos

Abstract

In this paper, we present some results of fifteen years of research on media of sound (radio-telephone-phonograph) in Argentina, and its relationships with the urban life. The main objectives are relate that results with the McLuhan's contributions and to discuss some of the key concepts of their theories. Following his conceptualization of media as extensions of man, we show how sound media function, in fact, as hypermediatic extensions and were indeed the first social network of massive reach created at the beginning of the twentieth century. From that point of view, the notion of media itself and the McLuhan's prediction about the global village are matched with the knowledge about hypermediatization and global age.

Key-words: media, technical devices, extensions, global village, media discourses

* Una versión previa de este trabajo fue publicada en inglés en "Sound Media: Hipermediatic Extensions and Social Networking" en: Ciastellardi, M., Miranda de Almeida, C. y Scolari, C. A. (Eds.) McLuhan Galaxy Conference. Understanding Media Today. Barcelona, Collection Sehen, Editorial Universidad Oberta de Catalunya, May 2011. ISBN 978-84-938802-1-7. P. 579-589. Printing Book. Aquí se presenta con adecuaciones al público local, del que suponemos que ya tiene información previa sobre el tema.

1. Marco teórico

1.1. Introducción

Alguien está manejando mientras escucha la radio. A través del parlante, llega la voz del locutor interrumpida de a ratos por otros miembros del programa. Todos hablan al mismo tiempo. El comentarista deportivo captura por un momento el micrófono y anuncia el triunfo de un jugador local en un torneo de tenis internacional. El hecho es que el equipo del programa, trabajando en vivo, ha estado todo ese tiempo mirando el partido por televisión, emitido también en vivo. Luego de la intervención del comentarista deportivo, el programa sigue su pauta usual, alternando la transmisión de música grabada con flashes informativos, segmentos humorísticos y entrevistas telefónicas.

Hoy en día podemos recibir el discurso radiofónico en un aparato de radio o en la computadora, a través de la Internet. Pero si alguien escucha radio mientras trabaja en su computadora, la recepción de ese discurso es exactamente la misma que la que se verifica en un aparato de radio (Fernández 2009: 60).

Un ejemplo tan sencillo como éste demuestra la complejidad del fenómeno radiofónico, una complejidad sólo parcialmente relacionada con lo que llamaremos el proceso actual de *hipermediatización*.

A partir de este ejemplo, en este artículo presentaremos algunos resultados de investigación que nos permite discutir al menos tres puntos centrales en la teoría de Marshall McLuhan:

- ¿Qué es medio y qué es mensaje en nuestro ejemplo?
- ¿Cómo podemos identificar lo que McLuhan conceptualizó como *extensión* y como *lo propio del discurso mediático* ?
- ¿Qué podemos decir acerca de *la aldea global* en este ejemplo?

Nuestro equipo ha estado trabajando durante los últimos quince años en la evolución de los medios de sonido (el fonógrafo y sus continuaciones, el teléfono y sus extensiones y la radio y su vida actual en la Internet). Durante esos años, hemos estado en diálogo permanente con los investigadores de medios audiovisuales y, en la última década, también con aquéllos que se dedican al estudio de la Internet, con quienes hemos estado discutiendo la importancia de las primeras mediatizaciones (ocurridas desde la segunda mitad del siglo XIX) en la conformación de la sociedad y la cultura mediática actuales.

Es cierto que, desde un punto de vista convencional, las mediatizaciones audiovisuales aparecen como *más naturales* que otras, como la de la imprenta o las de los medios de sonido.

Nuestra percepción del mundo es fundamentalmente audiovisual, pero también hay que mencionar a los sentidos del tacto, del olfato y del gusto como parte de ese constructo perceptual. Esto ya nos advierte que la *percepción natural*, una vez analizada más en detalle, no es exclusivamente audiovisual. Por otra parte, la importancia de la mediatización gráfica no puede ser pasada por alto, aún cuando la escritura, la lectura y la comprensión de las letras impresas constituya la *menos natural* de las relaciones que vinculan percepción y sentido.

El centro de nuestra cultura mediática (al igual que el centro de nuestra vida política y de las investigaciones académicas) todavía está consuetudinario por lo que puede definirse como *hibrididad* audiovisual. Un ejemplo común: el teléfono celular no cobró interés como objeto para las ciencias sociales hasta que alguien descubrió las posibilidades de la *cuarta pantalla* y comenzaron a popularizarse los mensajes de SMS, hecho que se caracterizó por despertar viejas aprehensiones acerca del *riesgo* que suponía para la *escritura normal* (o normativa). Al mismo tiempo, el número de llamadas telefónicas se multiplicó por diez, pero nadie pensó por eso que las teorías sobre la conversación telefónica debían ser modificadas.

Vivimos en una era de convergencias mediáticas, un fenómeno que supone discusiones acerca de la vida y la muerte de ciertos medios, así como también acerca de la emergencia y el éxito de otros. Al mismo tiempo que estos temas tan difíciles de abordar ganan el centro de las investigaciones sobre los medios, la radio, lejos de desaparecer, aumenta su público y logra mantener sus inversiones publicitarias, el teléfono cobra cada día un nuevo protagonismo en nuestra vida cotidiana además de incluir procesos de escritura, producción y circulación de textos audiovisuales y, por último, estamos como nunca rodeados de individuos escuchando música sin imagen, a pesar de que la industria discográfica enfrenta la peor crisis de su historia. Desde este punto de vista, fenómenos centrales del siglo XIX todavía viven en los intersticios de la galaxia Gutenberg (aún con nosotros, a pesar de su largamente anunciada decadencia) y de los nuevos medios audiovisuales que amenazan a todo aquello originado en el viejo sistema de medios.

Sin duda, McLuhan fue el primer teórico de los medios que prestó atención al rol crucial de la radio en la era electrónica, en un momento en el que la televisión parecía haberle ganado la batalla en "el mundo real". Y es por eso que sigue ocupando un lugar especial en los estudios sobre los medios, sus soportes técnicos, sus discursos y sus prácticas asociadas: los libros de McLuhan son un punto de referencia insoslayable para cualquiera de esos estudios, pero también hay que reconocer que son muy difíciles de combinar con metodologías de análisis más profundas y modelos más generales¹. Es que, más que por su metodologías o por sus

1. Cuando nos referimos a "nuestro trabajo", estamos hablando de varios proyectos de investigación inscriptos en el campo de la Semiótica y la Historia de los Medios. Este campo se ha venido desarrollando en Latinoamérica desde los años '70, con importantes publicaciones en Argentina y en otros países. En este trabajo no nos concentraremos tanto en la especificidad del enfoque semiótico como en discutir ciertos aspectos de la teoría de McLuhan, aunque, sin duda, la semiótica estará presente en esa discusión. Por ejemplo, sería interesante pensar la relación entre una semiótica de los medios y una ecología de los mismos.

formulaciones teóricas, las tesis de McLuhan siguen siendo atractivas por sus intuiciones y sus sugerencias. Paradójicamente, uno siempre debe referirse a McLuhan para hablar de los medios, pero es bastante peligroso (al menos fuera de Canadá) ser percibido como su discípulo o su continuador.

En un momento en que el sistema de medios de sonido está siendo atacado por las redes sociales que conforman los medios digitales, en un momento en que las emisiones radiofónicas explotan en la Internet, la industria discográfica está siendo destruida por las descargas de música online y el teléfono celular aparece como una nueva clase de interface audiovisual, es importante revisar las viejas tesis de McLuhan sobre las mediatizaciones del sonido, tesis que van más allá del supuesto reinado de las letras y las imágenes en la vida social. En este artículo nos referiremos especialmente a su libro *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, un trabajo sin duda lleno de hallazgos y preguntas que todavía nos pueden servir de guía para explorar esos fenómenos.

1.2. Objetivos

En este artículo nos proponemos:

- Revisar terminología esencial sobre *dispositivos técnicos, medios, lenguajes, discursos y prácticas sociales* sobre (o al interior de) los medios.
- Plantear que el sistema de medios de sonido (radio + teléfono + fonógrafo) fue un hito y un punto de partida para la conexión de la primera red social (teléfono) con broadcasters (radio) que todavía produce y distribuye *contenidos hipermediáticos* (música en vivo o grabada más productos informativos).
- Presentar el estudio de casos donde la música aparece como el campo central en el que los *nuevos medios* están trabajando.
- Argumentar que las empresas radiofónicas, a través del aire o de la Internet, tienen la posibilidad de mantener sus posiciones de emisión en los intersticios de la nueva explosión mediática digital y del aparente colapso del sistema audiovisual.
- Discutir, teniendo en cuenta nuestros resultados, dos conceptos centrales de McLuhan: los *medios como extensiones del hombre* y la idea-metáfora de la *aldea global*.

1.3. Metodología

Este trabajo es, en parte, el resultado de una disertación doctoral presentada en la Universidad de Buenos Aires (Fernández 2007), y de varios proyectos de investigación UBACYT. Nuestro equipo ha estado trabajando durante quince años en esos proyectos trianuales acerca de la evolución de los medios de sonido (el fonógrafo y sus seguidores, el teléfono y sus extensiones y la radio, tomando en consideración también su presencia actual en la Internet). El último de estos programas de investigación, titulado "Letras, Imágenes y Sonidos. La construcción de la ciudad en los medios 2008-2011 (Código SO 94)" está específicamente dedicado al tema de la hipermediatización.

Llegamos a los resultados que presentamos a continuación a través de un trabajo interdisciplinario que comprende:

- Una historia de los medios en relación con la ecología de los medios tal como la han desarrollado autores como McLuhan y Walter Ong.
- Una semiótica de los medios derivada de investigadores latinoamericanos como Eliseo Verón.
- Un análisis interdisciplinario que relaciona la semiótica con ciertas formulaciones de la etnomusicología tal como la ha desarrollado Rubén López Cano, uno de sus representantes más importantes en el mundo académico de habla hispana y director de *Trans*.

2. Resultados

2.1. Terminología y modelos teóricos en una era de cambios constantes

Al abordar un *corpus* que incluye casos como el que describimos al principio de este trabajo, distinguimos varios niveles de análisis:

- *Dispositivos técnicos en funcionamiento al interior de los medios*: se trata de herramientas tecnológicas que habilitan varias dimensiones de la interacción comunicativa y así, modulan las relaciones discursivas que, a su vez, suponen variaciones en tiempo y espacio, inclusión o exclusión de ciertas partes del cuerpo, prácticas sociales en emisión y recepción, etc. Lo que importa en nuestro ejemplo es el hecho de que la radio puede ser escuchada mientras se maneja un coche, de modo que no se requiere de una pantalla para la recepción de la transmisión. Si una pantalla fuera realmente necesaria, cualquier otra actividad que interfiriera con

el uso de la misma sería imposible. En otras palabras, si en recepción una pantalla es absolutamente imprescindible, entonces el discurso que se transmite no puede ser propiamente considerado como discurso radiofónico.

- *Medios*: grupo de dispositivos técnicos y prácticas sociales asociadas a ellos que permiten que suceda la *comunicación*; relaciones discursivas entre individuos o sectores sociales establecidas más allá del contacto cara a cara². La radio es un medio pero su reconocimiento social como tal está en relación con los usos y tipos de mensajes con los que se la asocia, nadie "confunde" a la radio con el teléfono.

- *Transposición*: pasaje o migración de textos (o conjuntos o fragmentos de textos) a través de diferentes medios o de distintos dispositivos técnicos al interior de un mismo medio. Este concepto es de especial importancia porque es en este nivel analítico que podemos identificar y comprender distintos contenidos. En nuestro ejemplo, el público tiene cierto conocimiento previo no sólo de los torneos de tenis sino también de la transmisión televisiva de los mismos.

- *Géneros*: categorías sociales para la clasificación de textos que permiten su circulación, consumo y producción.

- *Estilos discursivos*: clasificaciones sociales que diferencian, jerarquizan y evalúan conjuntos de textos.

Nos concentraremos especialmente en el análisis del nivel tecnológico, es decir, en los dispositivos técnicos y su influencia en la vida de los medios. Al concentrarnos en este nivel, esperamos discutir algunos de los slogans más famosos McLuhan como "el medio es el mensaje", "los medios como extensiones del hombre", "medios fríos vs. medios calientes", "aldea global", etc.

Sin negar la importancia de los aportes de McLuhan, queremos enfatizar el rol central de los medios de sonido, así como discutir los límites de las formulaciones de McLuhan y sus seguidores al respecto.

Cincuenta años después de la publicación de los primeros trabajos de Marshall McLuhan, Roland Barthes, Christian Metz y Umberto Eco, los estudios de la comunicación han avanzado hacia la comprensión de los medios no sólo como *mediadores* que actúan en varios niveles de la vida social, sino también como *productores* de la vida social misma. Ante una escena mediática en permanente cambio -que todavía muchos piensan a partir de las viejas metáforas y galaxias de McLuhan- es, sin duda, necesario revisar la terminología usada para hablar de

2. Por "cara a cara" entendemos la coincidencia espacio-temporal y la posibilidad perceptual total entre individuos o grupos.

dispositivos técnicos, medios, lenguajes, discursos y prácticas sociales asociadas a diversos medios.

Cuando ocurre un cambio importante en la vida de los medios, nunca se trata meramente de la introducción de una nueva tecnología. Para ser verdaderamente relevante, la transformación de un medio necesita corroborarse en tres áreas: 1) cambios en el dispositivo técnico; 2) cambios en los lenguajes, géneros y estilos que esos dispositivos habilitan y 3) cambios en las prácticas sociales o usos asociados con ese medio en particular (Fernández 2008). La articulación de estos tres niveles describen y explican la aparición de nuevos fenómenos mediáticos. Por ejemplo, si una persona escucha un programa de radio en su computadora que en realidad se trata del mismo programa que solía escuchar antes en su radio receptor, no ocurre nada importante en la vida del medio o en la vida de su público, excepto un cambio que sólo afecta al nivel tecnológico.

Las teorías de McLuhan, a pesar de ser innegablemente complejas, siempre se concentraron en la comprensión de los medios como *resultados finales*. Esa es la razón por la que en su obra encontramos proposiciones como ésta: "el contenido de una película es novela, obra de teatro u ópera" (1993: 39). Desde nuestro punto de vista, es necesario distinguir la categoría "film de ficción" como solamente una de las muchas posibilidades que habilita el medio que llamamos cine, mientras que las novelas, las comedias o las óperas son *géneros* transpuestos al cine desde otros medios (como el teatro o el libro). Por supuesto, estas diferencias no son meramente terminológicas sino también conceptuales y son sólo un ejemplo de cómo deben pensarse las particularidades de cada medio en nuestras sociedades.

Si es cierto que la idea más poderosa de McLuhan es la de los medios como *extensiones*, la más controvertida es, sin duda, su oposición entre medios *fríos* y *calientes*. Esta oposición, que McLuhan jamás describe o define con precisión, presenta además, el problema de pensar a los *efectos* de los medios en la vida social de un modo general y bastante determinista. Por ejemplo, es famoso el ejemplo que McLuhan propone para argumentar el poder de la radio como instrumento de movilización de masas: sostiene que el nazismo fue tan exitoso en Alemania justamente porque utilizó a la radio como su principal medio de comunicación y propaganda, pero que habría sido un fracaso si hubiera recurrido a la televisión. Además de determinista, este ejemplo no tiene en cuenta la visualidad inherente al régimen nazi (desde la monumentalidad de sus desfiles y eventos urbanos hasta el cine de Leni Riefenstahl), pero nos sirve para poner en perspectiva la clasificación de los medios que propone McLuhan. Si seguimos de cerca su argumentación, veremos que la oposición entre medios *fríos* y *calientes* va más allá de ser una mera categorización tecnológica. Se trata, de hecho, de una *clasificación de culturas* y no sólo de medios de comunicación. Comencemos por los medios:

"El medio caliente es aquel que extiende, en «alta definición», un único sentido. La alta definición es una manera de ser, rebosante de información. Una fotografía es, visualmente, de alta definición. La historieta es de *baja definición* -simplemente porque aporta muy poca información visual. El teléfono es un medio frío, o de baja definición, porque el oído sólo recibe una pequeña cantidad de información. McLuhan diferencia un medio frío de baja definición por lo poco que da y por lo mucho que debe completar el oyente. Un medio caliente, en cambio, no deja que su público lo complete tanto. Así, pues, los medios calientes son bajos en participación, y los fríos, altos en participación cognitiva por parte del público. Es obvio que, para el usuario, un medio caliente como la radio tiene efectos diferentes de un medio frío como el teléfono (1993: 43-44).

Como puede verse, la oposición entre radio y teléfono no se basa exclusivamente en un aspecto tecnológico (básicamente, ambos son medios de sonido, es decir, *extienden* el sentido del oído³) sino en *la cantidad de información que proveen* o en *la cantidad de participación que requieren (o permiten) en recepción*. Sin duda, todavía hay un componente tecnológico en este contraste (para poder funcionar, para poder lograr la comunicación, el teléfono demanda necesariamente una respuesta del usuario. La radio, no). Pero la clave de todo el concepto radica en cómo medir esa *participación* o ese proceso en el que el público supuestamente completaría la información "de baja definición" provista por los medios "fríos". El problema con las categorías "alta definición" y "baja definición" es que intentan describir tanto características inherentes a los medios (la cantidad o calidad de información que transmiten) como aquellas actividades que el usuario debe llevar a cabo en recepción. Este es un punto bastante débil en la teoría de McLuhan. Es extremadamente difícil medir la cantidad (y las características) de la participación de las audiencias sin llevar a cabo un análisis específico en recepción que tenga como objetivo el estudio de los efectos de mensajes o contenidos *específicos*. En otras palabras: si bien es cierto que el medio y sus características tecnológicas son extremadamente importantes, no determinan la recepción e interpretación de los mensajes. El énfasis en el medio de las teorías de McLuhan pasa por alto no sólo la capacidad de las audiencias de leer (o de escuchar) diferentes sentidos en el mismo mensaje sino también (y más importante aún) la especificidad de los contenidos. Al no tener en cuenta a los géneros como categorías que organizan tanto la emisión como la recepción de mensajes⁴, McLuhan acaba sobrevalorando los efectos de los medios en sí mismos, lo cual lo lleva a sostener premisas sin validez empírica. En efecto, en más de una oportunidad, McLuhan sostiene que el contenido de un medio no sólo es irrelevante (algo que no sorprende a nadie, ya que su slogan más famoso es "el medio es el mensaje") sino que el contenido de un medio puede ser conceptualizado

3. De hecho, la radio, para McLuhan, hace mucho más que extender el oído: "Incluso más que el teléfono y el telégrafo, la radio es una extensión del sistema nervioso central, solamente e igualado por el habla humana" (310). De esta proposición (la radio como extensión del sistema nervioso central similar al habla), McLuhan deriva la idea de aldea global.

4. Tal como lo plantea Todorov (1969), los géneros son horizontes de expectativas para las audiencias y modelos de producción para los productores de mensajes.

como otro medio. Leyendo con bastante sarcasmo los trabajos de otros investigadores como Paul Lazarsfeld sobre la cuestión de los efectos de ciertos programas de radio en la sociedad, McLuhan opina que es un error concentrarse en el contenido ya que: "aunque el medio es el mensaje, el control va más allá de la programación. Las restricciones siempre van dirigidas al «contenido», que siempre es otro medio. El contenido de la prensa es la declaración literaria, así como el contenido del libro es el discurso, y el del cine, la novela. Así pues, *los efectos de la radio son del todo independientes de los programas*" (Op cit, 312, subrayado nuestro).

A partir de su clasificación de los medios en *fríos* o *calientes* (una clasificación que, como ya vimos, descarta el estudio de los contenidos y la complejidad de las actividades que ocurren en recepción), McLuhan ubica a la radio en el centro de la era electrónica, una era supuestamente caracterizada por un retorno a la oralidad y por un proceso masivo de participación colectiva en la "aldea global", proceso que él llama "retribalización". De este modo, McLuhan lleva lo oposición entre medios fríos y calientes (una oposición que supuestamente buscaba explicar cómo las audiencias reaccionan ante diferentes medios) al terreno de las culturas, esta vez para explicar los *efectos generales de los medios en la vida social*. De pronto, ya no nos habla de medios fríos o calientes sino de sociedades frías vs. sociedades calientes y de cómo éstas reaccionan de manera diversa ante la introducción de un (y sólo un) determinado medio. Incluso llega a afirmar que "las culturas atrasadas y no industriales no sólo no tienen que vencer hábitos especializados en su encuentro con el electromagnetismo, sino que conservan parte de su cultura oral tradicional que tiene el carácter de «campo» total unificado, propio del nuevo electromagnetismo. Nuestras viejas regiones industriales, al haber desgastado automáticamente sus tradiciones orales, tienen que volver a descubrirlas para poder arreglárselas en la edad eléctrica (...) En términos de medios fríos y calientes, los países atrasados son fríos y nosotros, calientes" (Op cit: 47).

En el centro de este argumento, encontramos su ejemplo del uso que Hitler hizo de la radio como medio de propaganda. Pero en lugar de argumentar este ejemplo con un análisis de la radio y sus usos en Alemania, McLuhan parte de la (infundada) suposición de que, ya que la Alemania de los años '30 era un país no industrializado que habría mantenido vivas sus redes culturales orales, la radio habría tenido el poder de despertar cierto "pasado tribal" que, a diferencia de lo que ocurriría en Inglaterra o Estados Unidos, "nunca ha dejado de ser una realidad para la psique alemana" (Op cit: 308).

De este modo, bastante controvertido, McLuhan coloca a la radio al frente de lo que él llama *broadcasting system*, un concepto clave para su idea/metáfora de "la aldea global".

2.2. Los medios de sonido en sistema: el primer paso para la creación de extensiones hipermediáticas

Tal como hemos visto, los medios de sonido ocupan un lugar importante en *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, en donde la radio, el teléfono y el fonógrafo tienen roles tan importantes como el cine o la televisión⁵.

Pero McLuhan (y esto es muy importante para nuestra comprensión de las interacciones de los medios de sonido en la era hipermediática) considera a cada medio *individualmente*, y coloca a cada uno de ellos ocupando posiciones específicas en lo que él llama “la era electrónica”. Aunque sí se refiere a ciertas relaciones entre la radio y el fonógrafo (básicamente, considera que la radio fue central en la reorientación de la industria discográfica hacia la música), cada medio de sonido es estudiado aparte y rara vez son consideradas sus interacciones.

Los tres medios de sonido son ubicados en diferentes posiciones de acuerdo con la principal oposición (medios fríos vs. medios calientes) que domina *La comprensión de los medios*, pero su importancia queda establecida desde el comienzo, ya que McLuhan ilustra toda la argumentación de su teoría con ejemplos tomados del ámbito de la música (el jazz vs. el vals). También el contraste entre radio (caliente) y teléfono (frío) es el punto de partida para explicar su teoría de los efectos de los medios sobre sus usuarios. Como hemos visto, el punto más importante de la oposición *medios fríos vs. medios calientes* es que no supone una oposición tecnológica sino que se basa en el *tipo de información* que cada medio transmite y en el trabajo que el receptor debe llevar a cabo para completar la información de los mensajes emitidos. Quiere decir que la oposición *medios fríos vs. medios calientes* en realidad anticipa la idea de *presuposición*, un concepto de singular importancia en la semiótica francesa que demuestra la invalidez del enfoque *inmanente*.

El análisis de McLuhan excluye la idea de un *sistema de medios*. Es por eso que el tema de los efectos es tan difícil de abordar desde su perspectiva. Un estudio de los medios que no trabaje con la idea de sistema sólo termina disolviendo el tema de los efectos en proposiciones generales sin base empírica enmarcadas en el ámbito impreciso de “la cultura”. Tal como hemos argumentado en otra parte, el sistema de medios de sonido (radio + fonógrafo + teléfono) fue el primer paso para la conexión de la primera red social (teléfono) con las empresas de radiotransmisión (radio) para la producción y distribución de *contenidos hipermediáticos* (música en vivo o grabada o programas informativos). Así, el origen de la Internet, o de los así llamados “nuevos medios sociales” tiene, en realidad, este importante antecedente, que es lo mismo que decir que su origen fue en realidad, *audio* y no exclusivamente *audiovisual*. Es incluso probable que el mismo McLuhan previera esta conclusión tan obvia.

5. El capítulo dedicado al fonógrafo tiene muchas observaciones interesantes sobre la relación entre el fonógrafo y la música. Para una perspectiva semiótica sobre este tema, ver: Fernández et al. 2008.

Además de la importancia de la radio en nuestro ejemplo analítico, hemos propuesto (Fernández 1994) la distinción de tres *lenguajes radiofónicos* diferentes de acuerdo a las relaciones espaciales que se crean o establecen a través del parlante. De acuerdo con esto, si lo que recibimos en el parlante es un espacio social (es decir, un espacio que existe previamente, de manera más lógica que cronológica), la radio funciona entonces en su modalidad *radiotransmisión*; cuando la radio funciona sin crear un espacio más allá del parlante, lo está haciendo en *modo soporte* y, cuando el espacio que se crea a través del parlante es un espacio que reproduce el del estudio (se oyen las voces de distintos periodistas, especialistas, entrevistados y se insertan fragmentos musicales con noticias), es decir que se trata de un espacio propiamente mediático (un espacio que "existe" sólo en el propio medio), decimos que la radio funciona entonces en modo *radio-emisión*⁶.

La *radio-emisión* es, tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo, el modo más importante de la programación radiofónica. Este lenguaje de la radio es aquel en el que todo el mundo piensa cuando se piensa en la radio como medio. Desde nuestra perspectiva, es interesante pensar si este tipo de radio está siendo reemplazada, si puede algún día desaparecer, o, si por lo contrario, nuestra vida social sería imposible sin su presencia

Para comprender cómo la cultura crea y procesa un nuevo sistema de medios y cómo, al mismo tiempo, genera nuevos fenómenos culturales, hay que pensar en dos movimientos que, aunque convergentes, son conceptualmente opuestos⁷:

- *acumulación*: para que un nuevo fenómeno mediático se consolide y se socialice, debe recobrar, continuar, registrar y producir fenómenos mediáticos *previos* y
- *transformación*: para que un fenómeno pueda ser considerado como "nuevo" debe producir cambios en los hábitos discursivos y en las prácticas sociales preexistentes.

Estos movimientos pueden verificarse en: 1) los dispositivos técnicos (que usualmente tienden a ser considerados equivocadamente como la única fuente de innovación en la realidad mediática, 2) en el paradigma de géneros y estilos, y 3) en las prácticas sociales y los metadiscursos que acompañan a los usos sociales de medios. El objetivo de este esquema es, básicamente, enfatizar que los medios son multidimensionales, que esas dimensiones son por lo menos tres y que incluso pueden tener vidas relativamente independientes.

La aparición de un fenómeno discursivo en la vida de los medios depende de varios elementos: la disponibilidad de las tecnologías de la comunicación y su aplicación efectiva, los géneros y los estilos discursivos, y las prácticas sociales vigentes en la sociedad analizada. Al mismo tiempo, un nuevo fenómeno discursivo genera efectos en el estilo de época. Estas

6. La importancia de la radioemisión para la vida social y cultural quedará más clara en los próximos párrafos, donde damos más detalles de su funcionamiento.

7. Para consultar el modelo analítico en su totalidad, ver: Fernández 2008

combinaciones, que pueden crear modos imprevistos de intercambios comunicativos, determinan diferentes transformaciones de la vida social

Cuando hablamos del teléfono, el fonógrafo y la radio estamos hablando de medios muy diferentes cuyo único elemento común es que controlan textos sonoros. Esto significa que aíslan al sonido de su fuente, lo convierten en señales y lo transmiten. Gracias a estos procesos tecnológicos, estos textos pueden saltar distancias temporales, espaciales, o ambas. Aunque esto puede parecer un aspecto puramente técnico, en realidad estamos hablando de una de las características que ha definido nuestra vida social tal como la conocemos pues cuando nos referimos al sistema de medios de sonido, en realidad estamos hablando de un fenómeno con muy pocos antecedentes en la historia de la comunicación mediada.

La transmisión de sonido sin imagen permitió muchos usos y prácticas diferentes, desde la danza al compás de la música transmitida por la radio, hasta la posibilidad de disfrutar de la música simultáneamente a otras actividades que no requieren de atención visual. Desde entonces, todos los medios de sonido (especialmente la radio) compiten por capturar la atención del receptor en un contexto de escucha que puede ser bastante complejo. El teléfono es un caso particular pero a la vez paradigmático, ya que permitió la conversación interpersonal y a la vez la creación de una red urbana de relaciones entre individuos que permaneció relativamente estable por décadas.

El fragmento de discurso radiofónico que citamos al comienzo de este trabajo desafía en muchos sentidos la clasificación McLuhaniana de los medios. En este caso, encontramos relaciones no sólo entre medios (teléfono, fonógrafo y T.V) sino también entre diferentes áreas de productos culturales (cine, deportes, humor, música, etc.). Estas características impiden que pueda ser calificado como un mensaje de *baja definición*. Por lo tanto, no entraría en la caracterización de McLuhan de la radio como un *medio caliente*. Por el contrario, demuestra que los receptores deben poner en juego varios tipos de saberes y competencias para poder entender lo que se transmite.

2.3. La mediatización de la música en la era de la Internet

Sin duda, la música es una de las áreas de la cultura en donde las nuevas redes sociales están produciendo transformaciones⁸. En un primer momento, los cambios se concentraron en *la distribución* de la música grabada, pero, inevitablemente, los cambios están afectando a la instancia creativa y a la industria en varios niveles. De cualquier manera, la demanda de *músi-*

8. "In the century of jazz we are likely to overlook the emergence of the waltz as a hot and explosive human expression that broke through the formal feudal barriers of courtly and choral dance styles" (McLuhan 1964: 36). En el primer párrafo de la sección "Medios calientes y fríos", McLuhan ya destaca la importancia de la música para una comprensión de la historia de la cultura.

ca grabada sin imágenes está creciendo a escalas sin precedentes. Por lo tanto, el ámbito de la música es una de las áreas en las que están trabajando los *nuevos medios* y en donde se están creando nuevas *extensiones* y prácticas culturales.

La música y sus transformaciones en la Internet están en cambio permanente. Lo mismo podríamos decir de las conversaciones telefónicas o *vía chat*, pero también del modo en que hablamos en nuestros encuentros cotidianos que, de alguna manera, se han contaminado por las prácticas *online*. Escuchar radio o música (ya sea "bajándola" de Internet o a través de sitios que la proveen por "streaming") son actividades que cada vez más se realizan en la Web. Seguramente todavía no puede predecirse qué va a pasar con todo esta nueva vida de la música y el sonido en la Internet, pero sí puede analizarse a la luz de nuestra experiencia previa con los medios de sonido. En esta sección, nos concentraremos en las relaciones entre música y radio en la Internet. En lugar de pensar que los nuevos desarrollos tecnológicos de Internet van a disolver el lugar de los "viejos medios", sostenemos que simplemente se trata de un cambio de lugar de los mismos dentro del sistema mediático.

Tomemos el caso de *Last.fm*, un sitio que se presenta como "un servicio musical que aprende de vos..." y propone "conectarte con otros usuarios que tienen tus mismos gustos, recomendarte canciones de sus colecciones o de las tuyas". Lo que el sitio no dice es que "es a nosotros que nos inundan con Elvis y bandas de garage japonesas..." con el objetivo de "...mantener la cultura musical más democrática: cualquiera puede oír la música que quiera cuando quiera". Más, todavía: "sin ningún intermediario que te indique lo que a vos te tiene que gustar". Se dice que la idea del feedback permanente es intrínsecamente utópica, como lo planteaba Enzensberger (1984: 11-14), quien, citando a Brecht, sostenía que era imperativo ocuparse de los "medios de distribución" en los «medios».

Claro que fenómenos como éste son todavía incipientes, pero están creciendo a pasos agigantados⁹. Desde nuestra perspectiva, la aplicación de conocimiento y resultados de investigación sobre el mismo tema es útil para comprender y enmarcar estos nuevos fenómenos. Lógicamente, el estudio del nacimiento de los medios de sonido no puede más que colaborar en nuestra comprensión de esta nueva fase o de su "nueva vida" en la Internet.

Un caso como el de *Last.Fm* debe ser estudiado en conexión con lo que ya sabemos de los medios de sonido y no al revés. De otra manera, sería imposible escapar al vórtice de la Internet y sus efectos de "innovación permanente" que parecen cancelar cualquier estudio comparado. Revisemos, entonces, el estado actual de la cuestión. Por un lado, el público ahora puede sintonizar la radio a través de la Web. Algunas estaciones son incluso las mismas que

9. Es cierto que la "bajada" (*downloading*) de música está siendo reemplazada, al menos parcialmente, por la transmisión directa en pantalla (*streaming*). Sucede que el tiempo académico es todavía demasiado lento con respecto a los cambios mediáticos. Por otra parte, es cierto que *LastFm* está yendo hacia un modelo de 'pay per listen'.

también pueden sintonizarse en el dial AM o FM. Lo que es cierto es que la oferta es enorme, y nadie sabe quiénes sobrevivirán.

¿Cómo funciona *Last.fm*? A nivel del dispositivo, el sitio opera un cambio en la distribución musical: es una *red social* que conecta a distintos individuos y les permite seleccionar y compartir productos musicales con gente que posee criterios y gustos similares a los suyos. Calvi (2004) ha conceptualizado este fenómeno como algo muy diferente de los anteriores (como los portales o los mecanismos de intercambio uno a uno). *LastFM* ha desarrollado lo que potencialmente puede pensarse como "la plataforma musical y la red social más grande del mundo". El argumento aquí es: "Compartí tus gustos musicales, descubrí la música que escuchan tus amigos y encontrá nuevas opciones musicales". En síntesis: "creá tu propia radio".

¿Pero qué significa "creá tu propia radio" para *LastFM*? Primero, los usuarios deben registrarse y crear su perfil incluyendo listas de canciones favoritas. El sitio les proporciona un montón de sugerencias (listas de música similares a las suyas) y, finalmente, los conecta con otros usuarios que comparten sus gustos¹⁰. También provee estadísticas, información visual sobre recitales y sesiones de grabación, videos y entrevistas.

Para *Last.fm*, crear tu propia radio quiere decir registrar un perfil de usuario con tus gustos musicales y dejar que el portal lo complete con cualquier cosa *parecida*. Si el modelo de transmisión en vivo todavía se basa en un servidor central, este sistema parcial de *p2p* tiende a organizarse según los gustos de los usuarios y por la creación de redes sociales que "manejan" el contenido general. Pero, de hecho, las compañías de radiofonía utilizan mecanismos similares para competir con las redes sociales online (uno puede registrarse en el portal de la radio online, elegir un perfil musical y recibir una selección de música *parecida*). *LastFm* y otros sitios similares establecen una relación muy distinta con sus audiencias en comparación con el lenguaje de *radio-emisión* del pasado. Pero en el futuro, las relaciones individuales con la música no serán un atributo exclusivo de las redes sociales. Las radioemisoras y las redes competirán ofreciendo servicios musicales individuales (o muy segmentados). La pregunta sería, entonces, si la radio como broadcasting se disolverá en estas redes sociales. O, en otras palabras, el modelo de broadcasting radiofónico y su relación con la música ¿es irremplazable?

10. En Fernández (2009) discutimos la noción de *gusto*, que, en realidad, está relacionada con el concepto más general y más complejo de *estilo discursivo*. Por ejemplo, Clapton y Hendrix, en tanto guitarristas, son similares desde el punto de vista del *género* (blues) pero, en cambio, absolutamente diferentes desde el punto de vista del *estilo*: el estilo de Hendrix estaría más cercano al de Jimmy Page o hasta al de Pete Townshend que al de Clapton.

2.4. La radio como medio: límites a la muerte del broadcasting

La *crisis de los medios* (para nosotros, tan sólo una *transformación*) se relaciona frecuentemente con la *extinción de los broadcasters*. Pero sería muy difícil pensar en sociedades complejas sin ninguna actividad de *broadcasting*. En términos de McLuhan, ¿qué extensiones mediáticas serían necesarias para mantener una idea social más o menos integrada? ¿Pueden las sociedades masivas sobrevivir sin discursos, noticias o productos culturales distribuidos por un sistema de medios centralizado?

La radio y su lenguaje de *radio-emisión* están lejos de extinguirse en nuestra vida cultural. Para argumentar este punto, necesitamos describir con más detalle en qué consiste la radio-emisión:

- La *radio-emisión* se construye a partir de la transmisión en vivo sobre la que se alternan fragmentos grabados. Por eso, en gran parte, sus resultados son impredecibles así como también sus efectos.
- La coexistencia del vivo y el grabado, aún si todo el programa va en vivo, se apoya en la presencia de conversaciones telefónicas que introducen el espacio del afuera e información en tiempo real. La transmisión de grabaciones fonográficas (que introducen el pasado dentro de la secuencia del vivo) también juega un rol importante en este lenguaje. Como puede apreciarse, la radio en tanto medio, siempre ha sido "hipermediática". De hecho, desde su nacimiento posee vínculos hipertextuales.
- Desde sus comienzos, la radio ha sido considerada como el paradigma del *broadcasting*: a partir de un modelo de distribución con forma de *estrella*, unos pocos emisores distribuían señales de audio a una audiencia relativamente indiferenciada (el público en general o segmentos más o menos diferenciados pero caracterizados, en su mayoría, por su anonimato).
- Los textos de sonido se reciben a través de un parlante o de auriculares, lo cual libera al ojo y a las manos del acto de recepción.
- Los contenidos de la *radio-emisión*: desde que la televisión se apropió del radioteatro y lo transformó en la telenovela, la radio se ha definido como un medio de información en un sentido amplio: desde el pronóstico del tiempo hasta las últimas novedades en música o entretenimiento, pasando por todo el espectro de la política, la sociedad o la economía. Desde las tendencias macros (como la globalización) hasta los micro eventos de la vida cotidiana en la ciudad.
- Por último, y de crucial importancia para la vida social, encontramos a la radio en permanente interacción con la vida discursiva: se puede recibir y captar la programación de radio mientras se trabaja, se maneja o se realiza cualquier otra actividad compatible.

La radio real, tal como la conocemos, tiene una presencia impresionante en nuestra cultura pero permanece casi desconocida para los estudios de comunicación. De otra manera, no puede entenderse cómo puede confundirse al medio con un fenómeno como *Last.fm*.

Esta última observación no tiene nada de *retro* o de *nostálgica*. Por el contrario, creemos que la relación entre *broadcasters* y *redes* está recién en sus comienzos pero puede ser reforzada por su interacción sinérgica. La comprensión de ese desarrollo y de sus características debe ser necesariamente específica.

3. Conclusiones principales

Marshall McLuhan es, sin duda, uno de los principales teóricos que prestó atención a la importancia de la radio entre los medios electrónicos justamente en el momento en el que la televisión ya le había ganado la batalla en la "vida real". Al releer sus trabajos para la escritura de este artículo, nos encontramos con apreciaciones muy útiles para discutir y poner en perspectiva nuestras conclusiones sobre el lugar de los medios de sonido en la era global.

McLuhan sigue ocupando un lugar prominente en los estudios sobre la comunicación masiva, los medios, sus soportes técnicos, sus discursos y sus prácticas asociadas: los libros de McLuhan son un punto de referencia insoslayable para cualquiera de esos estudios, pero también hay que reconocer que son muy difíciles de combinar con metodologías de análisis más profundas y modelos más generales.

En cuanto al contenido, ya mencionamos la inviabilidad de caracterizar el contenido de un medio como "otro medio". Esta confusión impide el estudio de hábitos generales de lectura y producción de textos en cualquier sociedad, mientras que los conceptos de género y estilo proveen el marco necesario para comprender cómo distintos textos migran desde un medio ya establecido hacia uno nuevo y cómo se crean nuevos fenómenos discursivos. Llamamos a esta migración de textos, *transposición* (de hecho, un fenómeno tan antiguo como la comunicación misma) y creemos que su análisis es imprescindible para comprender cómo funcionan los medios y sus dispositivos, pero también cómo interactúan con las reglas generales de producción de sentido en una sociedad dada. La *transmediatización*, en tanto que extenso pero específico proceso de pasaje de textos entre medios, está en el centro de nuestras preocupaciones en la actualidad.

Debido a que no toma en consideración los géneros y estilos como organizadores de las actividades que encontramos en recepción (así como por su descarte de cualquier análisis deta-

llado de los consumos culturales), McLuhan cae inevitablemente en proposiciones generales sobre la vida cultural que no tienen validez empírica. De ahí su caracterización de sociedades enteras como *frías* o *calientes*. De este modo, la idea de *extensión* (sin duda, uno de sus hallazgos) pierde parte de su fuerza. Pero desde nuestra perspectiva, el punto más débil de la teoría de McLuhan es su concepto de *medio* en tanto fenómeno aislado. O lo que es lo mismo: McLuhan se concentra siempre en el estudio de un solo medio, por eso siempre insiste en lo que él percibe como diferencias radicales entre el teléfono, la radio, la televisión, etc., sin comprender los aspectos en que esos medios trabajan unidos. Tal como lo hemos demostrado, los medios están interactuando permanentemente, se influyen unos a otros y combinan sus extensiones en lo que hemos denominado *extensiones hipermediáticas*. Gracias a algunas secciones de *La comprensión de los medios* podemos decir que McLuhan percibió con claridad estas conexiones entre diferentes medios. Tomemos como ejemplo, este fragmento: "Uno de los muchos efectos de la televisión sobre la radio ha sido la transformación de esta última de un medio de entretenimiento a una especie de sistema nervioso de información" (McLuhan 1993:280), una afirmación que, sin duda, se sostiene incluso hoy. Pero ejemplos como éste son apenas intuiciones perdidas en su larga y compleja obra.

Hay al menos dos razones que explican por qué McLuhan no pensó en términos de extensiones hipermediáticas. Primero, tenemos que tener en cuenta el contexto en el que fue escrito *La comprensión de los medios*. Durante los '60, el gran problema no era la noción de red sino la definición de aquello que era pertinente a los *medios* en tanto campos de investigación específicos. Es decir, que los investigadores estaban más preocupados por circunscribir lo que podía entenderse como *mediático* y lo que no, un problema que se conectaba con una preocupación más general por los efectos de los medios sobre la vida cultural (para subrayar la importancia de este problema, no hace falta más que citar la clásica oposición de Umberto Eco entre teorías *apocalípticas* e *integradas*). En segundo lugar, cualquier lector de *La comprensión de los medios* puede percibir que, más allá de la importancia y el poder de sus tesis para los años '60, se trata de un trabajo sin sustento empírico. Por esos años, la comunicación en tanto campo de investigación específico recién estaba comenzando. Con la ventaja de todas las teorías y tesis que han ido construyendo ese campo (incluyendo las de McLuhan), para nosotros fue lógico percibir el fenómeno de las *extensiones hipermediáticas* desde el comienzo de nuestra investigación sobre la radio en Argentina.

Para entender mejor cómo los medios de sonido interactúan en nuestra sociedad, es necesario tener en cuenta todos los niveles de análisis que mencionamos más arriba, cuidando que el análisis de los dispositivos técnicos no eclipse al resto de los niveles, como sucede a menudo en la obra de McLuhan. Si sólo consideráramos el nivel tecnológico perderíamos de vista un elemento clave para la sobrevivencia de los programas de radio: el receptor no sólo deja que el sonido que sale de la radio participe de sus actividades diarias, también está expuesto a una oferta muy compleja de productos culturales e informativos. Este flujo de información mantiene a los oyentes en permanente contacto con el *antes* y el *ahora* de su sociedad (tanto

en el nivel macro como en el micro) y es así que los contenidos interactúan con su vida cotidiana en el sentido más estricto del término. La razón por la que tantas encuestas y estudios en recepción fracasan es, en parte, porque es muy difícil "extraer" de los usuarios la complejidad de su experiencia de escucha, una experiencia que parece disolverse en el ámbito mayor de "la cultura".

Todas estas características de la teoría de McLuhan le impidieron ver el fenómeno de la globalización más allá de la imagen reducida (y reductora) de la *aldea*. Toda la idea de la *aldea global* está basada en un esquema compuesto por unos pocos emisores que actuarían como los "fogones" de la aldea y alrededor de los cuales se congregarían los receptores. En realidad, el concepto de *aldea global* es una extensión lineal de la *aldea tribal*: un sistema de pequeños intercambios que sigue el modelo de un diseño en forma de estrella, con una sola hoguera en el centro, única fuente de luz y calor. Es obvio que, entre otras cosas, las redes sociales horizontales y sus intercambios (también presentes en las aldeas tribales) quedan afuera del modelo de McLuhan.

Los medios de sonido, amplificados y articulados por el alcance masivo de la radio, fueron el primer ejemplo de una estructura que combina programación centralizada con redes sociales telefónicas y circulación de música grabada. La noción de *actualidad* es la que constituye la frontera más firme para este modelo y sus ya "viejas" fuerzas hipermediáticas. El futuro de estas redes parece estar ligado al desarrollo de hipervínculos, un factor que supone hibridaciones impredecibles que determinarán cómo serán las formas de producción de conocimiento en el mundo global.

Las limitaciones de la teoría de McLuhan no deberían opacar su importancia para los estudios sobre la comunicación masiva en general y sobre los medios de sonido en particular. Lo que podemos concluir a partir de esas limitaciones es que cualquier análisis de los procesos *macro* en una sociedad dada debe partir necesariamente de un estudio discursivo de las prácticas y los intercambios *micro* que se dan en la misma. Para ese campo de trabajo, la obra de McLuhan seguirá siendo un punto de referencia.

Bibliografía

Carpenter, E., McLuhan, M. (1981) "Espacio acústico" en Carpenter, E., McLuhan, M. *El aula sin muros*. [1960, 1967]. Barcelona, Laia, [1974] 3ra. Ed.

Enzensberger, H.M. (1984) *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Anagrama.

Fernández, J.L. (2003) "El hojaldre temporal de lo radiofónico", en *Figuraciones* N° 1/2. Buenos Aires, IUNA.

Fernández, J.L. (2007) *La construcción discursiva de la audiencia radiofónica*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UBA. 11 de noviembre 2007.

Fernández, J.L. (2008) "La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva", en Fernández, J. L. *La construcción de lo radiofónico* (Director). Buenos Aires, La Crujía.

Fernández, J.L. (2009) "Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios?", en *Comunicar* N° 33. Huelva, Grupo Comunicar.

Fernández, J.L. (2010) "La mediatización del sonido respecto de Internet y la vida musical. Revisiones", en Fausto Neto, A. y Valdetaro, S. (Dir.) *Mediatización, Sociedad y Sentido*. Coloquio del Proyecto "Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos", Programa de Cooperación Científico-Tecnológico. MINCYT-CAPEs 2009-2010. Cod. BR/08/21. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y RRII. UNR. Rosario. Agosto. Disponible en <http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1500/Mediatizaci%C3%B3n%2c%20sociedad%20y%20sentido.pdf?sequence=1>.

Fernández, J.L. y equipo UBACyT S024 (2008) "Momentos de visualidad en lo fonográfico", en *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada* N° 2. Buenos Aires, UBACyT, 2do. Semestre.

Genette, G. (1989) *Palimpsestos (la literatura en segundo grado)*, Madrid, Taurus.

González, B.(2008) "Cómo suena la Nación: La radio en Sur y Nosotros", en *L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada* N°1. 1er semestre. Buenos Aires: UBACyT.

McLuhan, E., Zingrone, F. (1998) "Introducción", en McLuhan, E., Zingrone, F.: *McLuhan. Escritos esenciales*. [1995]. Barcelona, Buenos Aires, Paidós Ibérica, Paidós Argentina.

McLuhan, M. (1985) *La galaxia Gutenberg* [1962].Barcelona, Planeta.

McLuhan, M. (1993) *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. [1964]. México, Diana, [1969].

Con los centros en todas partes:

Reflexiones sobre el concepto de *aldea global* de Marshall McLuhan

Álvaro Gascue Quiñones

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República, Montevideo,
Uruguay
alvaro.gascue@comunicacion.edu.uy

Resumen

Uno de los mayores exponentes de la capacidad de la tecnología digital para impactar en la sociedad lo constituye Facebook, quizás la inesperada aldea global del siglo XXI. Facebook, al igual que otros sitios similares, es antes que nada un entramado interactivo de redes sociales que unifica en un solo espacio comunicacional casi todos los soportes conocidos propios de la intercomunicación personal mediada por computadora. En Facebook es posible ser partícipe de una versión renovada y casi aleatoria de los antiguos foros (o tablones) de noticias, ver y publicar fotografías o videos, conversar en tiempo real o asincrónico, subir y ver video clips, jugar videogames individuales o colaborativos, enviar y recibir correo electrónico, realizar compras o ventas online o acceder a salas de telechat. Todo en una única superficie interactiva con fronteras móviles en donde la idea de tiempo y espacio tiende a diluirse.

Los sitios sociales combinan el instinto gregario de la especie con un tipo de tecnología comunicacional sin antecedentes históricos. ¿Es Facebook la aldea global de McLuhan?

Palabras claves: McLuhan - Movimiento 15 M - aldea global - Facebook - Twitter

Abstract

One of the greatest examples of digital technology's capacity for impacting on society is the social site known as Facebook, which is perhaps the unanticipated global village of the 21st century. But Facebook, like other similar sites, is above all an interactive web of social networks, and the precise determining factor of its success is its adaptation to the needs of its users. Facebook unifies almost all known computer driven personal intercommunication platforms in a single space. On Facebook it is possible to participate in a renewed, and almost random, version of the old news forums (or bulletin boards), view and post photographs or videos, converse in real or virtual time, download and view video clips, play videogames individually or collaboratively, send and receive e-mail, make purchases or sales on-line and access chat rooms. All this in a single interactive space with mobile frontiers in which the idea of time and space seems to dissolve. The social sites combine the gregarious nature of the species with a type of communications technology that is unprecedented in history. Is Facebook: McLuhan's Global Village?

Key-words: McLuhan - Movement 15 M - global village - Facebook - Twitter

I - En todas partes

La ciudad en circuito del futuro no será el enorme trozo de bien inmueble concentrado que creó el ferrocarril. Bajo las condiciones de un muy rápido movimiento, tendrá un sentido totalmente nuevo. Será una megalópolis de la información.

McLuhan, Fiore¹

Desde una visión eurocéntrica, de la cual una buena parte de la academia rioplatense es portadora, los acontecimientos de la plaza de la Puerta del Sol protagonizados por el Movimiento 15 M pueden parecer sorprendentes: ¿cómo?, ¿los jóvenes españoles imitando a los jóvenes de la plaza Tahrir de El Cairo o los de la avenida Habib Burguiba de Túnez?². Para McLuhan este hecho no tendría nada de inesperado.

Con gran lucidez afirmó que la velocidad de expansión de la civilización occidental, merced a los nuevos medios electrónicos de comunicación, no era la de una explosión lenta hacia afuera, desde el centro hacia los márgenes, sino una implosión instantánea de la cual resultaría un todo orgánico. Éste es, en esencia, el escenario de la aldea global (McLuhan, 1994:93).

McLuhan visualizó que una de las consecuencias centrales de la globalización iba a ser la homogeneización cultural, lo cual se ha verificado, en particular, entre los sectores plenamente integrados a la sociedad de la información y la comunicación.

Por supuesto que otros autores, entre los que se destaca Alvin Toffler (1979), también lo plantearon en la década de los setenta pero desde una perspectiva distinta, más arraigada en la proyección del impacto de la tecnología en el futuro, que desde la visión propiamente teórica y abarcadora de McLuhan.

Incluso, si nos ponemos a buscar antecedentes y retrocedemos en el tiempo, Marx y Engels ya habían señalado en el *Manifiesto Comunista* la intrínseca tendencia del capitalismo a su universalización y cuáles serían las consecuencias: la homogeneización de la producción, del consumo y de las necesidades humanas. El ámbito de los deseos y las demandas humanas se ampliarían muy por encima de las capacidades de las sociedades locales que en consecuencia se volverían cada vez más internacionales y cosmopolitas. Basado en esta idea Marshall Berman les atribuye a Marx y Engels; contrariando en este punto a otros cientistas sociales que postulan que estos autores descuidaron el papel de los medios de comunicación, la per-

1. McLuhan, M., Fiore, Q. (2001) *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*, Berkeley, Gingko.

2. ¿Y la policía catalana reprimiendo? podemos agregar.

cepción de que la escala de las comunicaciones se volvería mundial, y en esa nueva realidad sería relevante el papel de los medios de comunicación (Berman, 1982:85). Cuando Marx y Engels se referían a los medios se estaban refiriendo básicamente a los medios de transporte pero, y esto es lo que le da un sentido contemporáneo a su planteo, también se estaban refiriendo al telégrafo, a *la hormona social* en palabras de McLuhan (1994:246), que tendría un especial lugar en la consolidación de la sociedad electrónica.

Los recientes acontecimientos de Cercano Oriente y norte de África desde una perspectiva macro no son ajenos a la visión de McLuhan. Dejando de lado los factores económicos y políticos que influyen y son decisivos ya que, en realidad, es imposible generar una movilización desde las redes sociales sin la existencia de un contexto social que la justifique³, los medios globales y las comunicaciones instantáneas han tenido un papel decisivo porque han borrado las fronteras entre el centro y los márgenes. Por ello, más allá de los resultados finales de los levantamientos, no es sorprendente que agrupaciones con un fuerte componente juvenil (¿nativos digitales?) encabecen las rebeliones aspirando a obtener la concreción de la homogeneización de sus sociedades, o al menos de parte de ellas. Muchos de sus líderes son individuos con una educación altamente calificada pero que sienten que forman parte de una sociedad local que como tal los aleja de los beneficios de la sociedad de la información y comunicación, no solamente como consumidores o ciudadanos, sino como seres humanos plenos. Un caso ilustrativo al respecto es el de Wael Ghonim, ejecutivo de Google, convertido en uno de los líderes de la rebelión en Egipto.

Los medios sustentados sobre banda ancha han tenido un rol protagónico en los sucesos pero no tienen ese papel solamente porque están al alcance de muchos, lo tienen porque además algunos de sus usuarios son conscientes de su potencialidad. Ya existían antecedentes del poder de estos medios como en los casos de las elecciones de 2002 en Corea, 2004 en España, 2008 en Estados Unidos, levantamientos civiles en 2001 en Filipinas, 2005 en Ecuador y Ucrania y 2007 en Nepal, pero nunca habían impactado con poca diferencia de tiempo en una zona tan vasta como ambas márgenes del Mediterráneo.

Además la reacción de los gobiernos nunca ha sido tan explícita como en los casos de Medio Oriente y norte de África cuando intentaron suprimir totalmente Internet y la telefonía móvil a la par de lanzar la represión física. En lo relativo a la banda ancha fracasaron, aún contando con la complicidad de empresas occidentales, porque ya no es posible en el escenario de la aldea global bloquear el fluir de la comunicación. Y en espacial el fluir de la comunicación me-

3. En Uruguay fue exitosa la iniciativa de las Redes Frenteamplicas en plena campaña electoral, y cuando la militancia sentía que el Partido Nacional tenía mejor perfilada su estrategia publicitaria, de convocar a armar una gran bandera partidaria con pequeños trozos de tela que se iban agregando en las movilizaciones. Se la llamó el banderazo, recorrió todo el país y en el acto final la bandera se extendía por muchas cuadras. Por el contrario la convocatoria estudiantil a una gran "rateada" fuera de todo contexto fue un fracaso.

diada por computadora dado que, como afirma Manuel Castells, la autocomunicación de masas proporciona nuevas oportunidades de cambio social en una sociedad que está organizada, en todos los campos de actividad, alrededor de una metared de redes de comunicaciones electrónicas. La reprogramación de las redes de comunicación se traduce en un considerable cambio del ejercicio del poder (2009:531).

Otra de las llaves de la supervivencia del fluir permanente de información instantánea, en casi todos estos casos, consistió en que las redes sociales sustentadas en los medios digitales se entrelazaron con los medios tradicionales (Al Jazeera constituye el mejor ejemplo) lo que permitió en momentos decisivos que ambos medios se sostuvieran entre sí permitiendo la continuidad de la comunicación⁴ y de la movilización misma. Con la difusión de Internet ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto a punto y personalizada. Las tres formas de comunicación: interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas, coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí (Ibidem: 88).

Al respecto señala McLuhan que muchos investigadores se dejaron llevar por la capacidad de los medios de comunicación electrónicos para ampliar el alcance comunicacional de los hombres sin percibir que la abolición de la dimensión espacial permite reanudar las relaciones persona a persona, tal como en la escala de una aldea pequeña. Se establece una relación en profundidad y sin delegación de funciones o competencias (1994:254).

Ciertamente, los descubrimientos electromagnéticos han recreado un campo simultáneo en todos los asuntos de los hombres como para que la familia humana exista ahora en las condiciones de una aldea global. Vivimos en un espacio restringido en el que resuenan los tambores tribales.

McLuhan 1962: 31⁵

4. En los estudios de Al Jazeera se recibieron llamadas de los manifestantes pidiendo que no dejaran de transmitir desde la Plaza Tahrir como salvaguarda contra la represión.

5. Rogers, Everett M. (2000) "The Extensions of Men: The Correspondence of Marshall McLuhan and Edward T. Hall", *Mass Communication & Society*, 3(1), 117-135, Routledge.

II – La inesperada aldea global del siglo XXI

Uno de los mayores exponentes de la capacidad de la tecnología digital para impactar en la sociedad es la red social Facebook, quizás la inesperada aldea global del siglo XXI.

Facebook, al igual que otros sitios similares, es antes que nada un entramado interactivo de redes sociales y es precisamente la adaptación de su software a las necesidades de sus usuarios el factor determinante de su éxito.

Facebook unifica en un solo espacio comunicacional casi todos los soportes conocidos propios de la intercomunicación personal mediada por computadora. En Facebook es posible ser partícipe de una versión renovada y casi aleatoria de los antiguos foros (o tablones) de noticias, ver y publicar fotografías, subir y ver videos, conversar en tiempo real o asincrónico, jugar videogames individuales o colaborativos, enviar y recibir correo electrónico, realizar compras o ventas online o acceder a salas de telechat. Todo en una única superficie interactiva con fronteras móviles en donde la idea de tiempo y espacio tiende a diluirse.

Los sitios sociales combinan el instinto gregario de la especie con un tipo de tecnología comunicacional sin antecedentes históricos. McLuhan describió esta nueva realidad con un concepto que bien podría ser la definición de civilización digital: la megalópolis informacional.

Facebook es, de algún modo, una parte significativa de esta megalópolis informacional.

En paralelo a Facebook existen otros soportes que también permiten establecer comunicaciones interpersonales en tiempo real y conformar a su alrededor redes sociales cuyo centro es el usuario⁶. Un buen ejemplo de estos soportes son los Mensajeros Instantáneos. Pero las redes creadas a partir de los Mensajeros se caracterizan por su homogeneidad, se trata de una red de contactos cuyos atributos son similares al del usuario central. Similar edad, similar capital económico, social y humano. En los hechos la mayoría de los integrantes de la lista de contactos de este tipo de soporte también interactúan cara a cara o han interactuado en algún momento. Solo muy excepcionalmente se incluyen personas a las que no se conoce cara a cara (Gascue, 2009:151).

Por el contrario, en las redes generadas por los usuarios de Facebook el número de contactos a los cuales no se conoce en persona aumenta significativamente (Boyd, 2006:3) (West, Lewis, Curie, 2009:619). Mas como señala Danah Boyd refiriéndose a otro sitio social, MySpace, al contar estos sitios con una definición imprecisa de amistad es fácil llegar a tener cientos de “amigos”. En casos extremos de coleccionismo es posible tener miles y a veces millones de

6. Sobre esta característica Barry Wellman acuñó la noción de individuo colectivo o individualismo en red, uno de los pilares de su concepción teórica (2000:38)

“amigos”, pero muchos usuarios activos promedio tienen cientos. Debido a la forma en que estos sitios instrumentan esta función, no hay distinción entre los hermanos, amantes, compañeros y extraños. Todos ellos están agrupados en una sola categoría: “amigos” (2006:10).

Así es que en las redes de contactos como las que se generan en Facebook están los amigos, los familiares (paradójicamente con restricciones), los meramente conocidos, pero también muchos desconocidos. En Facebook muchas veces es más importante la afinidad entre los individuos que su cercanía geográfica. No se agregan o aceptan contactos a la lista solamente porque se conozcan en persona sino porque se sienten parte de un grupo que trasciende las fronteras locales. Tal como se comportarían los habitantes de una aldea global.

La aldea global no tiene fronteras geográficas y cada vez menos, al universalizarse el inglés, idiomáticas. Si bien existen otras fronteras más persistentes como pueden serlo la edad, el nivel socioeconómico o el rol ocupacional, es probable que estas fronteras sean más débiles que las del mismo tipo que existen cara a cara o en otros soportes de Internet.

Si hay algo nuevo en estas redes es que tienen un alto componente de afinidad deslocalizada, con ello, por ejemplo, las tribus juveniles, las corporaciones profesionales, las minorías étnicas, los colectivos LGBT⁷ han encontrado un marco informal de intercambio e incluso de contención respecto al medio local. Esta experiencia vital era, al menos en América Latina, casi imposible solamente quince años atrás y puede aplicarse a cualquier minoría segregada.

De todos modos, debemos reconocer que ya había anteriormente dos soportes, cuyo uso hoy está muy en retroceso especialmente entre los más jóvenes, en donde los usuarios se reunían y aún se reúnen en forma deslocalizada y por afinidad: las salas de chat y los tableros de noticias. Quizás las salas de chat tradicionales son los únicos lugares en donde todavía se verifica la hipótesis, que estuvo muy en boga entre los psicólogos sociales, de que Internet era un lugar privilegiado para que los individuos experimentaran adoptando múltiples personalidades (Turkle, 1997:228).

La evidencia empírica nos dice todo lo contrario (Hampton; Wellman, 2002: 346) (Chong López, 2003) (Gómez; Galindo, 2005) ((Bringué, Sádaba, 2008:78). Al conocerse, la mayoría de los integrantes de la red, cara a cara, la impostura se vuelve imposible e incluso poco recomendable. Si faltara otro argumento las nuevas salas de chat, como el caso emblemático de las salas de Tinchat⁸, permiten abrir hasta doce webcams haciendo evidentes las realidades (al menos visuales) y las imposturas. Como era de esperar, la convivencia de los habitantes de la aldea global se rige más por los principios interaccionales enunciados por Goffman que por las hipótesis apresuradas de algunos de los primeros analistas de Internet.

7. Lésbico, gay, bisexual, trans.

8. Tinchat hasta el momento ha sido fuertemente sustentado tanto por Twitter como Facebook.

III – Los tambores tribales

Si Facebook es simbólicamente la inesperada aldea global de McLuhan los twits son sus tambores tribales. Algunos autores han afirmado que los blogs ya se han convertido en una antigüedad por saturación (Pardo Kuklinski, 2010: 90) o porque se han impuesto los nanoblogs o microblogs, base de producción de mensajes mínimos que no superan los ciento cuarenta caracteres y que circulan por la cibersociedad a ritmo de decenas de miles por hora. Los autores pueden enviar estos mini mensajes por correo electrónico o mediante teléfonos móviles, o aparecer en el muro del usuario en Facebook⁹.

Como afirma Paula Sibilia desde la perspectiva de la comunicación interpersonal, los narradores-personajes tratan invariablemente sobre un tema crucial: *¿Qué está usted haciendo en este momento?* Twitter reclutó cientos de miles de usuarios entusiastas en sus primeros meses de vida, gracias a la promesa que difunde: *disfrutar de una presencia virtual íntima, siempre conectada, con sus colegas y amigos*. La tendencia parece clara, por lo menos en estas arenas: los relatos de sí tienden a ser cada vez más instantáneos, presentes, breves y explícitos (Sibilia, 2008: 157).

José Pazo Espinosa introduce una sugerencia interesante al señalar que estas prácticas tienen como resultado que la escritura se está oralizando. En su opinión, la escritura está adoptando los rasgos de la oralidad: inmediatez, aceptación del error (anacoluto en la lengua oral), predominio de la síntesis y de la simplificación, e inclusión de los aspectos afectivos (entonación en la oralidad, emoticones en la escritura) (2009).

El éxito de los 140 caracteres de los twits ha alimentado, como era obvio esperar, las especulaciones sobre la emergencia de un nuevo tipo de cognitividad por parte de los denominados nativos digitales. Desde hace años la hipertextualidad, y ahora los muros de Facebook y los twits, parecen a la vez ser emergente y causa de este nuevo modo de aprehender la realidad. Como señaló McLuhan, los medios de comunicación no son sólo canales de comunicación, ellos no sólo suministran el contenido sino que también le dan forma al proceso de pensamiento. Y lo que la Red parece estar haciendo, afirma Nicholas Carr, es asediar la capacidad de concentración y contemplación. Si se está online la mente espera obtener la información de la forma que Internet la suministra, mediante una corriente rápida de partículas en movimiento. Anteriormente se era un buzo en un mar de palabras, ahora un hombre que corre sobre el mar en una moto acuática (Carr, 2010:8).

En un sentido similar se expresa Alessandro Baricco:

9. Actualmente es posible acceder también al muro de la página Facebook desde el Mensajero Instantáneo de Microsoft.

Por regla general, los bárbaros van donde encuentran sistemas de paso. En su búsqueda de sentido, de experiencias, van a buscar gestos en los que sea rápido entrar y fácil salir. Privilegian los que en vez de acopiar el movimiento lo generan. Les gusta cualquier espacio que genere una aceleración. No se mueven en dirección a una meta, porque la meta es el movimiento. Sus trayectorias nacen por azar y se extinguen por cansancio: no buscan la experiencia, lo son. Cuando pueden los bárbaros construyen a su imagen los sistemas con los que viajar: la Red, por ejemplo.

Baricco, 2008:116

Quizás los habitantes de Facebook y sus SMS (Twitter) han superado el paradigma de la modernidad clásica y su percepción de lo público y lo privado no es más la de la sociedad burguesa. Particularmente los nativos digitales, aunque no son de ningún modo los únicos, exhiben sus vidas como no se hacía con tanta perseverancia desde los tiempos de Luis XIV, el Rey Sol, democratizando las ceremonias de representación que anteriormente eran una potestad exclusiva de los nobles o más modernamente de los integrantes del jet set. Todo ello muy lejos de la intimidad propia del capitalismo industrial (Gascue, 2009:5). De paso debemos señalar que la privacidad no se ha perdido solamente en Internet, basta con poner atención a las conversaciones que algunas personas sostienen en los lugares públicos mediante sus teléfonos móviles para confirmar esta afirmación.

Pero si bien Facebook y Twitter han demostrado ser sumamente eficaces en sus respectivas funciones, de todos modos no deja de ser inquietante que en realidad estos dos soportes sean empresas privadas, es decir, su administración -llamémosle gobierno- está en manos de un gabinete en las sombras que ante sí y por sí mismas tienen la última palabra en cuanto a la inclusión o exclusión de personas y, lo que es más importante aún, de temas. Además, por si faltara algo en este sentido, son empresas privadas en el marco del país red más vasto del presente, Estados Unidos. Ésta no es una cuestión menor y merece ser objeto de reflexión académica y política.

IV - Conclusiones

El paso del tiempo, lejos de desgastar el andamiaje teórico de Marshall McLuhan, lo ha fortalecido volviéndolo un autor imprescindible para comprender el papel de los medios tecnológicamente más avanzados de nuestra época. En este sentido, es significativo que en 1964 McLuhan definiera a nuestra época como la edad de la información y la comunicación (McLuhan, 1994: 248) casi dos décadas antes que lo hicieran Yoneji Masuda o Castells.

Los movimientos políticos y culturales desatados en 2011 en el norte de África, Cercano Oriente y España han demostrado que la idea de que vivimos en un mundo sin centros ni periferias es sugerente y merece ser tomada en cuenta como parte de un análisis más general de estos fenómenos.

En cuanto a otro de sus conceptos teóricos centrales, si bien los sitios sociales no son la aldea global en sí, sí pueden ser su mejor expresión simbólica. Sin proponérselo, los miembros de Facebook y Twitter han rebatido a Thoreau¹⁰, ya que hoy los habitantes de "Maine" hablan cotidianamente con los de "Texas" (e incluso podemos saber sobre qué hablan) y ya nadie duda que existen usuarios que intercambian de un continente a otro comentarios en tiempo real sobre, ¿por qué no?, la "tos ferina" de una princesa.

Sucede que los integrantes de las redes sociales sustentadas en Internet están tendiendo a agruparse más por sus afinidades que por su localización geográfica.

Al presente, los diversos soportes capaces de sustentar redes de interacción personal tienden a asociarse y complementarse de un modo que no conoce antecedentes.

Y esta complementación no se debe solamente a una estrategia de desarrollo de las empresas creadoras de los mismos, sino también a la demanda de los usuarios que mediante sus golpes de mouse pueden condicionar la suerte de una prestación o incluso de una compañía. La alta porosidad de las fronteras entre los soportes nos dice mucho de los usuarios, en especial de los usuarios más jóvenes... y de la vigencia de McLuhan.

10. Thoreau, H.D. (1854) Walden: "Estamos con mucha prisa por tender un telégrafo magnético desde Maine hasta Texas, pero Maine y Texas, probablemente, no tienen nada importante que comunicarse... Estamos ansiosos de construir un túnel bajo el Atlántico... pero tal vez la primera noticia que se filtrará a través de la abertura, batiendo el oído estadounidense será que la princesa Adelaida tiene tos ferina".

Bibliografía

Baricco, Alessandro (2008), *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*, Barcelona, Anagrama.

Berman, Marshall (1988), *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno.

Boyd, Danah (2006) "Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites." *First Monday* 11:12, December.
http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/index.html

Bringué, Xavier; Sádaba, Charo (2008), *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, Barcelona, Ariel.

Carr, Nicholas (2010) *The Shallows*, New York, W. W. Norton & Company.

Castells, Manuel (2009), *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza.

Chong López, Blanca (2003), *Internet desde la visión de los jóvenes*, Universidad Autónoma de Coahuila. Disponible en:
http://www.lag.uia.mx/buenaaval/buenaaval1/Internet_desde_la_visión_de_los_jóvenes.pdf

Gascue, Alvaro (2009) "El Sitio Social como escenario de ceremonias de representación", en *Revista FAR@* n° 10 - Departamento de Ciencias de la Comunicación y de la Información, Facultad de Humanidades - Universidad de Playa Ancha – Valparaíso
<http://web.upla.cl/revistafaro/n10/art05.htm>

_____ (2009), *Movimientos de mouse y golpecillos en el teclado. El papel de la Mensajería Instantánea (MI) en la generación y sustento de grupos de pertenencia basados en Comunicación Mediada por Computadora (CMC)*, Montevideo, LICCOM – CSIC – UDELAR.
<http://goo.gl/q06W6>

Gómez, Edgar; Galindo, Alma (2005), "Los estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una revisión y algunos apuntes". En *Razón y Palabra* [Revista Electrónica] n° 44, México. Disponible en
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n44/gomergalindo.html>

McLuhan, M. (1994), *Understanding Media. The Extensions of Man*, MIT Press, USA.

McLuhan, M., Fiore, Q. (2001), *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*, Gingko, Berkeley.

McLuhan, M., Powers, B. R. (1990), *La aldea global*, Gedisa, Barcelona.

Pardo Kuklinski, Hugo (2010), *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

Pazo Espinosa, José (2009), en Barbieri, Alberto, *El lenguaje del "chat"*, Madrid, diario El País 08/01/2009.

http://www.elpais.com/articulo/red/lenguaje/chat/elpepatec/20090108elpcibenr_3/Tes

Toffler, Alvin (1979), *La tercera ola*, Barcelona, Plaza & Janés.

Turkle, Sherry (1997), *La vida en la pantalla, la construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.

Rogers, Everett M. (2000) "The Extensions of Men: The Correspondence of Marshall McLuhan and Edward T. Hall", *Mass Communication & Society*, 3(1), 117–135, Routledge.

Sibilia, Paula (2008), *La identidad como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo Cultura Económica.

Wellman, Barry (2000), "El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia, Política y Sociedad", en *Revista Política y Sociedad* nº 33, Madrid, Universidad Complutense

<http://www.ucm.es/info/pecar/Revis.htm>

Wellman, Barry; Haythornthwaite, Caroline (2002), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell Publishing.

West Anne; Lewis, Jane; Currie Peter (2009), "Students Facebook 'friends': public and private spheres", en *Journal of Youth Studies*, Vol. 12, No. 6.

Marshall *Me encanta*. Avisos calientes para medios helados.

O una relectura de “Seguir al nivel del vecino” a la luz de los avisos en la web

Mariángeles Camusso

Docente Investigadora de la Universidad Nacional de Rosario y de la Universidad Abierta Interamericana.

mariangeles.camusso@gmail.com

Resumen

En *Comprender los Medios de Comunicación*, Marshall McLuhan escribe: “La presión continua está en crear anuncios cada vez más fieles a la imagen de los motivos y deseos del público. A medida que aumenta la participación del público, importa menos el producto en sí” y luego “Es necesario que el anuncio incluya la experiencia del público. El producto y la respuesta del público se convierten en un único patrón complejo”. **Seguir al nivel del vecino** -tal el nombre del capítulo que encierra estos fragmentos- habilita múltiples senderos de reflexión en torno a los fenómenos publicitarios digitales/interactivos.

La dualidad caliente/fría en la concepción de los avisos digitales; la necesidad de participación del público como fenómeno parapublicitario; la relación compleja entre la esfera consciente y la inconsciente; la publicidad como empresa educativa son algunos de los aspectos que revisaremos a la luz -eléctrica luz de los avisos de neón- del texto de McLuhan.

Palabras claves: publicidad - avisos calientes y fríos - alfabetidad publicitaria

Abstract

In *Understanding Media*, Marshall McLuhan writes: “The continuous pressure is to create ads more and more in the image of audience motives and desires. The product matters less as the audience participation increases.” And then: “The need is to make the ad include the audience experience. The product and the public response become a single complex pattern.” **Keeping Upset with the Joneses** -which is the chapter that includes these fragments- enables several paths of reflection as regards digital/interactive advertising phenomena.

The hot/cool duality in the concept of digital ads; the need for audience participation as a para-advertising phenomenon; the complex relationship between the conscious and the unconscious spheres; advertising as an educational enterprise are some of the aspects that we will examine in the light -electric light of neon ads- of McLuhan's text.

Key-words: advertising - hot and cool ads - advertising literacy

Debo decir que nunca había leído a Marshall McLuhan con mucha atención. Apenas algunos fragmentos universitarios. Recuerdo, sí, mi fascinación con el tratamiento visual del texto en *El medio es el mensaje*. Junto con una edición de culto de *Casa Tomada*, contribuyeron a que mi perfil profesional torciera su rumbo desde el texto a la imagen, desde la redacción al diseño.

El empuje de mi grupo de investigación, más las efemérides que nunca vienen mal, me han dado la oportunidad de revisar tal ausencia en mis lecturas. Así, al internarme con curiosidad en la lectura de *Understanding Media*, me topé con interesantes observaciones en torno al discurso publicitario, observaciones que rescatan reflexiones que hemos realizado a lo largo de estos años, para observarlas nuevamente a la luz de este texto pionero.

A lo largo del desarrollo del PID “Interfaces y Pantallas”, cuya primera parte hemos concluido en 2010, he abordado en múltiples oportunidades el análisis de las interfaces publicitarias digitales, especialmente bajo la forma de banners, observando su peculiar vocación pedagógica. En diversas presentaciones he desarrollado la noción -polémica- que la publicidad digital, junto con los PowerPoints de difusión masiva, constituyen dentro del complejo significativo digital, estrategias discursivas tendientes a “educar” al perceptor digital contribuyendo a su transformación en usuario digital a través de dos modalidades básicas de participación: el clickeo y el reenvío.

Es reconfortante entonces, encontrar en este texto tantas veces calificado como anticipatorio, definiciones que describen a la publicidad como “una inmensa empresa educativa (...) cuyo presupuesto anual de doce mil millones de dólares se acerca al presupuesto nacional de educación” (McLuhan 1964: 238). Ya en estos años, la mirada de McLuhan en torno a la publicidad, vislumbraba que su importancia en el desarrollo de la cultura contemporánea no se centraba en los contenidos que difundía, sino en sus modalidades discursivas. A propósito, sostiene en el primer capítulo del libro: “Los análisis de programa y de «contenido» no ofrecen ningún indicio de la magia de estos medios ni de su carga subliminal!” (McLuhan 1964: 40). Más allá de las divergencias que contemporáneamente se plantearían -y sobre las que volveremos más adelante- en torno a la noción de lo subliminal, el enfoque general coincide con una protohipótesis de base que sustenta gran parte del desarrollo realizado en la investigación:

1. El término **subliminal** alude a una señal o mensaje diseñado para pasar por debajo de los límites normales de percepción. Se supone que estas señales pueden ser por ejemplo, inaudibles o imperceptibles para la mente consciente, pero audibles para la mente inconsciente o profunda. A fines de los años 50, de la mano de la consolidación de la industria publicitaria, florecieron investigaciones tendientes a medir los efectos causados por la inserción de este tipo de estímulos en medio de diferentes piezas de comunicación, poniendo un acento particular en los efectos sobre la modificación de la conducta que los mismos podrían causar. La efectividad del recurso nunca fue del todo comprobada, pero las publicidades subliminales, no obstante, están prohibidas en muchos países. Cuando Marshall McLuhan menciona el término, evidencia su relevancia en las discusiones científicas de la época.

que la publicidad ha sido y es aún una estrategia para educar en la economía narrativa de los medios.

Desde los años 60, el relato publicitario ha logrado generar espectadores expertos en interpretar un universo discursivo construido en base a figuras retóricas complejas que articulan a través de síntesis muy sofisticadas, metáforas, metonimias, hipérboles. En la recepción publicitaria, se manifiestan fenómenos contradictorios: una habilidad muy entrenada para leer e interpretar las imágenes y una capacidad capaz de comprender la dimensión fantasmiosa y ficcional del relato e intercalarla a las racionalidades utilitaristas cotidianas conviven, al mismo tiempo con una credulidad cuasi infantil.

40 años después del texto, los espectadores se han vuelto expertos en captar la ironía, el contrasentido, en leer la yuxtaposición de planos y objetos, en captar fácilmente las elipsis; la publicidad visual y audiovisual ha desarrollado -tal como McLuhan profetizaba- complejas habilidades perceptuales. Claro que las mismas no han sido desarrolladas gracias a los esfuerzos del sistema educativo para contrarrestar de alguna forma el poder de seducción del aparato publicitario, como él mismo reclamaba², sino todo lo contrario: han sido los propios medios quienes han generado sus alfabetizados.

Es justamente en el transcurso de los 60 cuando la publicidad, ya convertida en la herramienta indispensable para el desarrollo del capitalismo del consumo, consolidaría la tendencia, gracias a *“los nuevos y masivos anuncios icónicos con sus imágenes comprimidas que incluyen en una misma imagen al productor y al consumidor y al vendedor y a la sociedad”*, de *“hacer manifiesto el producto como parte integral de mayores propósitos y procesos sociales”*. Ya no importaba el producto, sino la red de relaciones conceptuales y valorativas que éstos conformaran; había nacido la publicidad de imagen.

Frente a este estado de situación, no deja de resultar curioso -pese a que el fenómeno se ha transformado paulatinamente desde los inicios de la investigación sobre la interfaz publicitaria-, el hecho de que los nuevos medios publicitarios parezcan encontrarse en un grado cero de la retórica publicitaria. Lejanos de la sofisticación creativa -con sus síntesis metafóricas y metonímicas- lograda en el sistema gráfico y audiovisual, nos encontramos habitualmente con avisos que utilizan como estrategia de persuasión recursos simples, basados en la re-

2. Al respecto, sostiene McLuhan: “En este mundo gráfico y fotográfico, ¿no sería natural y necesario proporcionar a la juventud al menos tanta educación en el campo de la percepción como en el tipográfico? De hecho, necesitan más formación en artes gráficas porque el arte del reparto de actores en la publicidad es a la vez complejo y forzosamente insidioso” (en *Understanding Media*: 239).

petición y mostración de los objetos y textos descriptivos e imperativos (haga click aquí; participe y gane; juegue ya).

Ahora bien, que el análisis formal de estas publicidades resulte en primera instancia decepcionante, no les quita atractivo. Por el contrario, ante la linealidad de las propuestas no cabe otra cosa que preguntarse cómo las marcas -esas demiurgas protagonistas por excelencia del marketing posindustrial- logran sostener su capital simbólico sin la apelación constante a la mimesis idealizada de lo cotidiano (Magariños de Moretín 1984).

Retornando al texto que nos convoca, es posible pensar que, como contrapartida a su linealidad, lo que estas tecnologías ofrecen es la posibilidad de visibilizar una dimensión del proceso de recepción que McLuhan ya consideraba esencial para la comunicación publicitaria pero quedaba entre nebulosas en la era de los medios masivos: *la inclusión de la experiencia del público* (McLuhan op cit). En las narrativas digitales, la participación del público es nodal, pudiendo modificar los relatos e involucrando una respuesta que es a una vez emocional, cognitiva y física. Como nunca antes, se materializa otra intuición mcluhaniana: la idea de que *“el producto y la respuesta del público se convierten en un único patrón complejo”*. Patrón que se ofrece como dificultad para el análisis, que pone en crisis las metodologías de investigación, que dificulta la delimitación objetual y disciplinar.

En el esfuerzo por desentrañar esta complejidad hipotetizamos que, si los avisos publicitarios digitales pueden ser caracterizados por su fuerte **impronta pedagógica**, es porque en su devenir han modelizado una manera de ser -una subjetividad- navegante/cliente en Internet³. Observada desde esta perspectiva, la simplicidad que hemos descripto en sus narrativas aparecería como la contracara inseparable de esa voluntad pedagógica destinada a educar al navegante. Al fin y al cabo, no se aprende a leer con el Quijote.

Ahora bien, ¿por qué esta necesidad instructiva? Con claridad, McLuhan nos brinda una respuesta: *“cualquier comunidad que desee favorecer y maximizar el intercambio de bienes y servicios primero tiene que homogeneizar su vida social”* (McLuhan 1964: 238) Ni el e-learning, ni el home banking, ni el e-commerce tendrían futuro sin la consolidación de nuestro existir alfanumérico, nuestros avatares, nuestras múltiples contraseñas y nuestras amistades virtuales. La sustentabilidad económica del dispositivo 2.0 depende de la existencia electrónica

3. Sobre este punto, pueden consultarse avances parciales del presente Proyecto de Investigación y Desarrollo, en el capítulo denominado **“Repetición y ejercitación: las lógicas pedagógicas de la publicidad digital”** en *“Interfaces y Pantallas”*, Camusso, M. UNR Editora, Rosario, Mayo 2011.

de nuestras comunidades, de la intensidad que alcance nuestra vida social en las redes, de la fluidez de nuestros intercambios.

En este punto, dando por sentado que los objetivos pedagógicos del dispositivo publicitario digital, se han orientado a promover el tráfico de datos y la generación de comunidades a través, por ejemplo de la tácticas viralizadoras, damos un salto hacia otro capítulo de *Understanding Media*, intuyendo que en sus párrafos podemos encontrar claves para desentrañar cómo operan estos medios en la seducción de nuestros sistemas perceptuales.

Juegos didácticos

Como cualquier proyecto pedagógico que se precie, el discurso publicitario utiliza el juego como estrategia didáctica. Así como el juego desarrolla la motricidad fina de los niños pre-escolares, son juegos los que entrenan habilidades para acoplar el ritmo de nuestras manos a la velocidad de la mirada. Si algo abunda en el entorno digital son los juegos; juegos que ponen en práctica capacidades de observación y selección; juegos de memoria, juegos de azar, juegos de disfraz, juegos motrices, trivias, juegos de palabras.

No importa qué juego: lo que importa es su capacidad de generar participación. Aceptando las invitaciones a jugar, aprendemos reglas básicas de cortesía en las redes sociales, nos integramos a comunidades de usuarios, intervenimos en la agenda colectiva, generamos tendencias. Los juegos digitales nos asocian, nos hacen partícipes de competencias, aún cuando no tengamos otra referencia sobre nuestros contrincantes que un avatar y un nickname. Pero allí reside su gracia, su encanto, su fascinación: porque *“el Juego», tanto en la vida como en una rueda, implica interacción. Debe haber un vaivén, o diálogo, como entre dos o más personas o grupos”* (McLuhan 1964: 249)

Los juegos, sostiene McLuhan, son una manera inmediata de participar plenamente en la vida de una sociedad que ningún trabajo o función puede proporcionar (McLuhan 1964: 247)

Si todos los juegos son sociales en algún punto, especial atención merecen aquellos que explícitamente se proponen experimentar y transitar mundos paralelos. Pet Society, Farm Ville, City Ville, en el planeta Facebook, los Sims en otra galaxia, demuestran que *cuando jugamos, consentimos en formar parte de un mecanismo dinámico artificialmente elaborado*. Mecanis-

mos que, como el juego de la mamá, la doctora, o la maestra, *constituyen fieles modelos de una cultura dada*. Si los juegos sociodramáticos⁴ infantiles constituyen representaciones que les permiten a los protagonistas reafirmar o cambiar las ideas que a priori poseen sobre el entorno humano, y en su dinámica apropiarse de los valores de su cultura, los juegos de rol digitales se centran en promover interacciones sociales hegemonizadas por procesos de producción y consumo. En el mundo pantalla es posible planificar estrategias excéntricas para generar riquezas, acumular sin medida los dividendos obtenidos y expiar los deseos desaforados de consumo.

Así, las vidas ficcionales de nuestros avatares consumen productos que no son, intercambian por objetos diversos montañas de monedas de oscilante convertibilidad y disfrutan de un capitalismo sin conflictos amparados bajo el paraguas de nuestra real, concreta y onerosa tarjeta de crédito⁵. *Si el dinero es una extensión de nuestra vida sensorial*, los juegos nos han proporcionado un ámbito de entrenamiento para nuestra tolerancia hacia su desmaterialización. Las tarjetas de crédito -puentes levadizos, llaves mágicas, fórmulas del conjuro- constituyen la interfaz que, consolidando este proceso, permiten el tránsito de una dimensión a otra.

En ese transitar, más allá de su eficiencia recaudadora, contribuyen a promover la confianza en el sistema. Haciendo un salto mortal hasta otro autor, debemos recordar que ésta se logra en parte, a través de una continuidad de las oportunidades de gastar dinero que indicarían que un sistema está funcionando⁶ (Luhmann 2005).

Si el desafío publicitario de la edad de los medios masivos era construir un mundo con un lugar privilegiado para un producto (Magariños de Moretín 1984), y el de los medios digitales, transformar perceptores en usuarios, el desafío publicitario de la contemporaneidad 2.0 reside en volver a hacer de cada usuario un consumidor⁷. De cada avatar un nicho de mercado. Y establecer un vínculo con él.

4. Sobre las características del juego sociodramático, puede verse Ortega, Rosario (1994) "El juego sociodramático como contexto para la comprensión social" en *Exploración sobre estudios socioculturales*, Editorial Aprendizaje SRL, Barcelona.

5. Cualquiera de los juegos mencionados, y otros similares, permiten cierto grado de interacción económica gratuita y es el objetivo acrecentar el patrimonio a través de diversos mecanismos. Sin embargo, "el método más común de ganar Farm Cash es comprarlo de Zynga (empresa desarrolladora del juego) con dinero de la vida real" Fuente: Wikipedia.

6. Luhmann N. (2005) "Los medios de comunicación y la confianza sistémica" en *Confianza*. Ed. Antrhopos. Sostiene Luhmann: "El individuo debe ser capaz de trabajar sobre la base de que, cuando tiene el símbolo del dinero en sus manos, también posee verdaderamente las posibilidades que éste promete, de modo que pueda posponer confiadamente su decisión del uso final del dinero y pueda gozar o hacer mejor uso de la complejidad de posibilidad que ello representa en forma abstracta" (85).

7. Pensando en la televisión, McLuhan realiza una afirmación que es muy trasladable al análisis de los fenómenos de las redes sociales. Dice al respecto: "estamos experimentando el proceso contrario de integración e interrelación, que es todo menos inocente" (241).

El disciplinamiento económico, mucho ha tenido que ver en la mutación de Caos en Cosmos⁸.

La temperatura de los avisos

¿Qué temperatura tienen los medios digitales? ¿Son cálidos como la radio -completos en información, pletóricos de sentido, ofreciéndose a la audiencia sin mezquindades- o fríos como la pantalla televisiva -reclamando de su público atención, involucramiento, completud-?

Los medios digitales, en su dimensión publicitaria, ponen en discusión también la tajante clasificación McLuhaniana: requieren una participación concreta, mensurable, de sus perceptores, que se traduce en gestos y acciones -hacer click, reenviar, escribir, completar, jugar- pero no necesitan de habilidades interpretativas superiores, como sí las reclaman las publicidades gráficas y audiovisuales.

(Pequeño paréntesis: ha sido por demás difícil para mí, recordar con facilidad cuáles son los medios fríos y cuáles los calientes. Siempre me pareció muy forzado, para nuestra identidad latina, relacionar los términos participativo e involucramiento con la sensación del frío).

Los banners digitales, además, presentan otra característica que dificulta su ubicación en uno u otro polo: su emisión constante y repetitiva en los sitios que los alojan los torna una suerte de radio de imágenes, que, acompañadas de sus perturbadoras bandas sonoras llenas de efectos, confirman otra anticipada apreciación de McLuhan: *que el ruido y el mareo se hicieron universales*. Claro que este fenómeno difiere en su capacidad para lograr que esos anuncios alcancen la categoría de inolvidables: a diferencia del jingle publicitario y su capacidad de instalarse en la memoria generando la posibilidad de ser repetido fácilmente, respetando en esa repetición los caracteres esenciales de su contenido y de su forma, las imágenes publicitarias digitales, pese a su circularidad y repetición, no logran la misma pregnancia en el recuerdo; no logran tampoco repetirse más que en el fondo de nuestra mente, en una experiencia de

8. Valdetaro S. (2009), "Audiencias: de las «redes sociales» a las «asociaciones en red»", ponencia en Foro Ibermedia FIA (Fundación de Investigación del Audiovisual) Valencia, España, 2009

en <http://interfacesypantallas.wordpress.com/2009>

"Si en algún momento creímos que, en la web, estaba ganando el Caos (y, con ello, la imagen de espacio de exploración ilimitado), lo cierto es que, hoy por hoy, ya se ha reificado en un Cosmos".

rememoración individual, similar a la de los sueños, necesitando para ser compartidas, de la intermediación dificultosa de la palabra.

Entre la utopía y la distopía: el relato publicitario y el inconsciente

Desde que empezamos a investigar las narrativas publicitarias digitales nos hemos preguntado de qué índole es el atractivo que ejercen este tipo de relatos sobre sus públicos. Sostenemos en varios textos que la lógica espectral que rigió el contacto del discurso publicitario tradicional, caracterizada por la fascinación contemplativa de la imagen, está siendo sustituida por una construcción que interpela la compulsión a tocar del perceptor. Más complejo es comprender cuáles son las razones que operan en la generación de esta compulsión.

En este texto hemos aventurado que los mecanismos del juego son parte crucial de la construcción significativa y vincular de los nuevos medios y permiten comulgar con la idea de que *"a medida que aumenta la participación del público, importa menos el producto en sí"* (McLuhan 1964: 235)

Sin embargo no alcanzamos aun a responder cuáles son los resortes del inconsciente que estas estrategias participativas movilizan, descontando que sus mecanismos son cualitativamente distintos a los de la publicidad de imagen tradicional (gráfica y/o audiovisual).

Aunque el texto de McLuhan nos abre puertas para reflexionar sobre esta dimensión, trayendo repetidamente a la discusión observaciones en torno al inconsciente, sus afirmaciones develan ciertos matices contradictorios que bien podrían atribuirse al sesgo psicologista conductual de su época.

No deja de resultar curioso que el profeta de las potencialidades de los medios, realice un análisis tan cáustico de los avisos. Lejos del optimismo tecnológico que tanto habitualmente se le atribuye, su visión sobre la publicidad es comparable a la de cualquier representante de la Teoría Crítica.

Apelando varias veces al término "subliminal", tan recurrente durante la época, McLuhan presenta una visión desangelada de lo publicitario. Así, compara sus técnicas con las utilizadas en los "lavados de cerebro" y las acusa de ser un *"un tosco intento de extender los principios de la automatización a todos los aspectos de la sociedad"* (McLuhan 1964: 236).

McLuhan sostiene que la publicidad funciona porque apela directamente al inconsciente ya que, percibidos en forma consciente, los avisos se tornan ridículos. *"Son concebidos –dice-*

como píldoras subliminales para el inconsciente con el fin de producir un trance hipnótico” (McLuhan 1964: 237).

Quizá, su inusual sesgo pesimista se origine en el hecho de reconocerse en ese segmento de *individuos muy alfabetizados que no pueden atacar los mensajes profundos e inconscientes de los anuncios porque son incapaces de percibir, o discutir, formas no verbales de ordenamiento y significado*⁹.

Sin embargo, es más curioso aún que Marshall McLuhan plantee la posibilidad de que la industria publicitaria alcance alguna vez su saturación, y que ésta no tenga que ver con el agotamiento de las formas creativas, sino con la posibilidad de que la tensión entre producción y consumo alcance una pretendida armonía¹⁰. Si esta afirmación hoy nos incomoda, no es tanto por su ingenua visión del futuro del capitalismo -que no es sin embargo ajena al optimismo desarrollista de la época-, sino porque develaría una lectura algo superficial sobre la lógica del inconsciente, que se vislumbra como un receptorio acrítico de los embates mediáticos; una especie de esponja absorbente y absorta, desvinculada de las habilidades sensoriales generadas por los nuevos medios.

Por el contrario, nos parece que, para intentar comprender cabalmente los modos de fascinación que las redes en general y el discurso publicitario en particular ejercen sobre nuestras vidas, es conveniente abandonar esta noción hipnótica del inconsciente para enfocar su análisis a partir de un punto de vista vinculado a la economía del deseo. En otras palabras: cómo se actualiza lo pulsional en los procesos participativos / compulsivos de las interacciones en red.

9. 40 años después del texto de Marshall McLuhan, la realidad de la experticia de los analistas de medios en la lectura de los mismos, no ha cambiado demasiado. La educación formal de todos los niveles -al menos en Argentina- adolece de programas y capacitaciones tendientes a desarrollar en los alumnos capacidades de lecturas complejas de los textos mediáticos y carece por completo de estrategias didáctico pedagógicas tendientes a generar intercambios argumentativos bajo la forma de imágenes. Sin embargo, en las redes estallan estéticas y discursos contraculturales; florecen ideas visuales en los intersticios de lo hegemónico. Las comunidades de aprendizajes no formales nacen y se reproducen en las redes. Frente a esta capacidad de generar y circular conocimiento, la educación formal se aferra a sus instituciones y a sus mecanismos de legitimación del saber.

10. “Cuando toda la producción y consumo hayan alcanzado una determinada armonía con todos los deseos y esfuerzos, entonces la publicidad se habrá liquidado a sí misma con su propio éxito” (McLuhan 1968, “Seguir al nivel del Vecino” en *Understanding Media*, 236).

Bibliografía

Camusso M. (2011), "Repetición y ejercitación: las lógicas pedagógicas de la publicidad digital", en Valdetaro S. compiladora, *Interfaces y Pantallas*, Rosario: UNR Editora.

Luhmann N. (2005), "Los medios de comunicación y la confianza sistémica" en *Confianza*. Barcelona: Ed. Antrhupos.

Magariños de Moretín J. (1984) *El mensaje publicitario*, Bs As: Editorial Hachette.

McLuhan M. (1994) *Comprender los medios de comunicación*, Barcelona: Ed. Paidós, (1ra edición en inglés 1964).

Ortega R. (1994) "El juego sociodramático como contexto para la comprensión social" en *Exploración sobre estudios socioculturales*, Barcelona: Editorial Aprendizaje SRL.

Valdetaro S. (2009) "Audiencias: de las «redes sociales» a las «asociaciones en red»", Valencia, España: Foro Ibermedia FIA (Fundación de Investigación del Audiovisual). En <http://interfaces-y-pantallas.wordpress.com/2009>



Capital financiero, información, cultura y larga duración en la era digital

E. Federico Corbière

Docente-investigador (IEALC-UBA)

fedecorbiere@gmail.com

Resumen

El pasaje de la etapa analógica a la digital y la incorporación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en las prácticas y consumos culturales, muestra que aquellas visiones imaginarias de un mundo sin fronteras, mediado por el flujo de datos (mensajes), son una realidad irreversible.

Los primeros escritos sobre la información aplicada al grado de desarrollo de las sociedades modernas, con especial atención a la utopía "cibernética" de Norbert Wiener (1948) o las teorizaciones sobre la "aldea global" (McLuhan 1963), están siendo reformulados por estudios que dan cuenta del relieve sociológico de la globalización (Sassen 2007) o formas de gobernanza en Internet (Raboy 2005), que obligan a realizar una profundización, de carácter multicausal, respecto a ciertos aspectos que intervienen en la conformación de identidades individuales y colectivas de los hombres.

También a observar el diseño de políticas públicas y los procesos de armonización legislativa en los estados nacionales, asociadas a las nuevas lógicas de funcionamiento en la tensión producción/consumo, que generan profundas transformaciones en el modo de producción capitalista.

El grado de interconexión de las ciudades digitales y la marcada presencia de los circuitos financieros globales componen matrices reticulares que entran en ruptura y subliman los modelos estatales o proyectos de nación. Allí, los actores corporativos suelen ser los impulsores del cambio.

Esta situación confirma el trasfondo de una "economía-mundo" (Wallerstein 1983) imbricado en los tiempos largos de una cultura, y su paradójica invisibilidad dada por el grado de aceleración de la innovación y los desarrollos tecnológicos.

Lo cierto es que la identificación de ciudades-puerto ya no resulta útil para distinguir los principales polos productivos, mientras la información es la materia prima, la variable y el timón de mando de los nuevos tiempos, lo cual merece un acercamiento mayor sin la necesidad de enredarse en posiciones optimistas o pesimistas sobre el uso de las nuevas TIC.

Palabras claves: Era digital - Sociedad de la Información - Globalización - Capitalismo - Democracia

Abstract

The passage from analog to digital phase and the incorporation of TIC (Information and Communication Technologies) in practices and cultural consumption, shows that those imaginary visions of a world without boundaries, mediated by the flow of data (messages) are an irreversible reality.

The first writings on the information applied to the degree of development of modern societies, with special attention to the utopian "cybernetics" by Norbert Wiener (1948) or theories about the "global village" (McLuhan 1968) are now reformulated by studies that account for the relief sociological globalization (Sassen 2007) or forms of governance on the Internet (Raboy 2005), which imposes a deepening of character causes, on those aspects that are involved in shaping individual identities and group of men.

Also note the design of public policies and legislative harmonization process of national states, associated with the new logic of operation in the production-consumption voltage, generating profound transformations in the capitalist mode of production.

The degree of interconnection of digital cities and the strong presence of global financial circuits grid arrays up breaking and entering models sublime state or national projects, there are corporate actors are often the drivers of change.

This confirms the background of a "world economy" (Wallerstein 1983) embedded in long duration of a culture, and its paradoxical invisibility given by the degree of acceleration of innovation and technological developments.

The truth is that the identification of city-port is no longer useful to distinguish the main production centers, while the information is the raw material, the variable and rudder control of the new times, which deserves further approach without becoming entangled in positions optimistic or pessimistic about the use of new TIC.

Key-words: Digital Age - Information Society - Globalization - Capitalism - Democracy

1. “#devuelvanalोनietos”

Del catálogo de Marshall McLuhan (1996) algunos términos ya no resultan muy operativos. Su disociación acerca de medios fríos y calientes sobre los cuales intentó medir el grado de participación de las audiencias -desde un punto de vista motriz o sensorial-, se tornan inadecuados en tiempos de *triple play*, comunicaciones multipunto y soportes móviles que funcionan como plataformas convergentes.

Sin embargo, la proposición del investigador canadiense, fascinado por los estudios en comunicación de masas, las tecnologías, y la mediatización global, buscó entender en esa complejidad técnica la relación entre esa sensibilidad orgánica y el cuerpo social en el cual la *aldea global* estaba implicada.

En este sentido las advertencias sobre el excesivo *tecnologismo* o *velo tecnológico* señaladas por Theodor Adorno (1993) [1967] -a pesar de constituir corrientes de pensamiento divergentes en ese momento histórico- hoy van por carriles paralelos. Esas miradas optimistas y pesimistas fundadas en el progreso técnico resultan, incluso, complementarias.

De hecho, las observaciones críticas que intentaron desocultar en ese clima de época una razón instrumental, producto de una refeudalización mediática de la sociedad -con el trasfondo de la experiencia del aparato propagandístico nazi-, también son sujeto de revisión. Especialmente, a partir de los aportes de Jürgen Habermas (1986) [1968], su análisis sobre los procesos de formación de opinión pública anudada en la relación estado/sociedad; y la necesidad de encontrar un espacio público ampliado para la gestión estatal, que preste atención a las relaciones de una sociedad concebida como red.

Para este autor la posesión de información (saber) era valiosa en la medida que los grupos sociales la utilizaron para sí desde su actuar intersubjetivo. Años más tarde, Manuel Castells retomará a McLuhan en su libro *Comunicación y Poder* para indicar que “La red es el mensaje”, en un capítulo dedicado a los movimientos sociales anti-globalización (Castells 2009: 443)

La visión de prospectiva de McLuhan sorprende aún más cuando observamos que entre los medios *fríos* -con mayor participación de la audiencia- incluye la televisión. Hoy la TDT (Televisión Digital Terrestre) presenta la potencialidad técnica de una interconexión de ida y vuelta y el diseño de contenidos *a la carta*.

Incluso, la explosión de las redes sociales y las instancias de retroalimentación con los llamados *prosumidores* -consumidores/productores que editan contenidos- llegaron al extremo de

indexar en vivo por la señal de cable TN (Todo Noticias) el *hash* de Twitter “#devuelvanalontos”, en el zócalo circular del informativo nocturno conducido por Sergio Lapegue¹.

Salvando las distancias espacio-temporales podría decirse que es la desorganización de la información y no la falta de ella, como señalaba McLuhan, una variable que propicia mayor participación. También que la identidad medio/mensaje puede resultar socavada por la intervención directa del público.

El “actuar comunicativo” planteado por Habermas no resulta ajeno al vigente entorno tecnológico ni a ese mundo imaginado por McLuhan. Los cuestionamientos derivados de los estudios en economía-política muestran un amplio recorrido desde aquella primera conceptualización de la “industria cultural” (Adorno y Horkheimer 1987: 147/200) a fines de los años cuarenta, las corrientes críticas sobre el imperialismo cultural en los sesenta, y otros señalamientos respecto a los riesgos de la “telemática” (Nora y Minc 1981) o el informe para la UNESCO dirigido por Sean MacBride (1980)². Estos trabajos apuntaron sobre la omnipresente concentración de la información en los registros y bases de datos estadounidenses.

En esta línea teleológica, desde el propio Estados Unidos, el consejero de Seguridad Nacional del gobierno demócrata de Jimmy Carter y politólogo especializado en estudios soviéticos, Zbigniew Brzezinski, confirmó ya por aquellos años que ese país dominaba el 65% de las comunicaciones mundiales (Mattelart y Mattelart 1997: 86).

Brzezinski hablará de “ciudad global”, en términos de estrategia geopolítica y en una búsqueda por diluir la connotación negativa del imperialismo cultural, a partir de su idea de una “democracia de redes”, acorde a los valores universales que representaba el paradigma hegemónico de los dueños de esas redes troncales (*backbone*) en la “era tecnocrónica”.

McLuhan parece no haber abrevado en ese ideario. Siguiendo a Mattelart y Mattelart (Ibídem) el investigador canadiense reconoció en su colega de la Universidad de Toronto, Harol Adams Innis, el antecedente directo a su obra *La Galaxia Gutenberg* (1963), en cuya introducción le agradece sus aportes para comprender el universo tecnológico.

Aquí puede verse un rostro humanista de McLuhan completamente alejado de ese encasillamiento en el determinismo tecnológico. Principalmente, porque Innis estudia la organización del poder y cómo, quienes lo ejercían en su faz técnica, intentaban supeditar el control políti-

1. Véase en: “#devuelvanalontos”, el reclamo que los twitteros lograron colar en Clarín; por Martiniano Nemirovici, diario digital de Télam; sección Opinión; 16-06-2011. Disponible en: <http://www.telam.com.ar/vernota.php?tipo=N&idPub=225865&id=428675&dis=1&sec=1>; [Consulta: 25-06-2011]

2. Véase el informe “Un sólo mundo, voces múltiples” en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>; [Consulta: 24-06-2011]

co y los grupos sociales mundiales mediados por los sistemas de comunicación de masas, en dos formas de imperialismo: el *espacial*, que conduce a la expansión y control territorial; y el *temporal*, ligado a la memoria colectiva, sentido de la historia y la cultura oral y escrita.

Una vez más aquí surge la amenaza del poder tutelado en potencias extranjeras a través de los monopolios del saber, hoy íntimamente ligados a un mundo interconectado, donde el conocimiento es la principal fuente de riqueza.

Las siguientes líneas tratan de comprender en esta *aldea global* cómo interactúan los estados nacionales -y sus normativas- y la ciudadanía en esta era digital signada por las nuevas TIC. También sobre cómo desde este entrevero de los medios puede conceptualizarse la larga duración en una realidad irreversible, sosegada en la contradicción de los tiempos cortos de la cultura asociada al *infoentretenimiento* y afianzada en los circuitos financieros de las bolsas globales.

2. El bug del 2000 y después

La Revolución Industrial de mitad del siglo XIX consolidó su modelo económico y político con al menos tres factores centrales e ineludibles:

- a) la aceptación de nuevas tecnologías incorporadas a los procesos productivos;
- b) la expansión del mercado hacia otros territorios;
- c) la adecuación de los estados liberales a formas de gobierno representativas con la libertad subsumida en un tipo de “contrato social”, en supuesta búsqueda de la realización del interés colectivo.

Las ideas emergentes del capitalismo naturalizaron en la división internacional del trabajo mundial una concepción de progreso económico indefinido y de libertades políticas ancladas en el libre mercado. El resultado: dos guerras mundiales de corte imperial durante la primera mitad del siglo XX (calientes); y, en la segunda mitad, una guerra no tan fría que tras el holocausto nazi (o solución final) que hasta la caída del muro de Berlín (1989) también se llevó miles de vidas en dictaduras tercermundistas.

Luego sería el momento de las “guerras de baja intensidad” propiciadas por un complejo militar industrial estadounidense que debía encontrar un nuevo enemigo para justificar su existencia³.

3. Véase más detalle en: “Los documentos de Santa Fe, la nueva Guerra Fría”; por Manuel José Montañez Lanza; diario

Este contexto internacional cerró el siglo con una sofisticada distracción que aterrizó al mundo más que el propio Osama Bin Laden. El efecto YK2 (o *bug* del 2000) -impensado por los programadores para ahorrar memoria en las computadoras- se supuso causaría un error de software en los sistemas informáticos que operaría como una bomba de tiempo en el corazón de los circuitos financieros internacionales. Pero nunca aconteció.

Se gastaron miles de millones de dólares para corregir las eventuales catástrofes, en tanto, la voladura de las Torres Gemelas y la invasión de Afganistán e Irak pronto harían olvidar a la humanidad la interdependencia global asociada a la construcción de redes informáticas.

Sin embargo, esa lógica de interconexión multipunto encontró su correlato político con el surgimiento de irracionales grupos insurgentes constituidos por cadenas de matriz reticular (como las redes sociales) que corporizaron las lógicas “amigo-enemigo” del siglo XX, y mientras el mundo árabe era satanizado y sobre el cual occidente planteaba una vez más intervenir militarmente.

La crónica diaria cuenta también la historia reciente de que Estados Unidos pudo sortear a medias su crisis financiera ocasionada por la burbuja inmobiliaria, con impresión de billetes y algunas quiebras de entidades bancarias; que la sólida economía europea no escapó al contagio especulativo y que un presidente negro nacido en Honolulu, luego de obtener el Nobel de la Paz, ordenó la muerte del malvado Osama frente a los ojos de su hija.

Nos encontramos, entonces, con nuevas TIC que producen fenómenos de imitación incluso en el comportamiento de células terroristas. Intervenciones militares -sin importar las resoluciones por la negativa del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas- con el supuesto fin de establecer formas de gobierno democráticas, y el trasfondo heredado de ideario de la Revolución Francesa fundado en la mencionada búsqueda del bienestar colectivo.

Es allí en donde los poderes fácticos encontraron un capitalismo afín con los mecanismos de coerción necesarios para encuadrar sus procesos de reconfiguración y adecuación de libertades públicas sustentadas en la propiedad privada.

3. Acerca de la “destrucción creativa”

La larga duración en la historia devela la presencia de movimientos resistentes a los cambios, como las protestas obreras -no necesariamente revolucionarias- protagonizadas por el ya legendario movimiento *ludita* inglés, que repercutió en toda Europa.

digital Aporrea.org; 10-03.2007. Disponible en: <http://www.aporrea.org/tiburon/a31721.html>; [Consulta: 22-06-2011]

El accionar de los “destruidores de máquinas” mostró, entrada la segunda década del siglo XIX, el rechazo contra todo dispositivo técnico que afectara las condiciones laborales durante el incipiente clima de implantación del sistema fabril.

Esa reacción inorgánica encabezada por Ned Ludd no fue seguida por un programa u acción política. Los hombres atentaban contra las máquinas cuando su fuerza de trabajo era sustituida por bienes de capital.

Sin embargo, el siglo XXI presenta una fisonomía completamente distinta. La irreversible introducción de nuevas TIC en el mundo del trabajo incorpora la inteligencia y el conocimiento humano individual y colectivo a un novedoso *modo de producción informacional* (Castells 1995).

En este marco se observan otros conflictos ajenos a la tensión tradicional capital/trabajo y propios a peleas por posicionamiento entre actores empresarios, a lo que Joseph Schumpeter (1983) llamó “destrucción creativa”, en su análisis sobre la transformación de los modelos organizacionales de la sociedad industrial. Siguiendo esta línea, puede encontrarse la curiosidad de externalidades positivas propiciadas por la innovación y el desarrollo de las TIC.

La adopción de Internet en la vida cotidiana y la generalización del acceso mediante la convergencia de servicios en las computadoras (Wilkinson 2005) son dos cuestiones necesarias para comprender el estado de la cuestión a estudiar: primero, porque la incorporación de capital intelectual para la realización de contenidos digitales obliga a repensar una teoría del valor que no puede ser observada exclusivamente sobre productos manufacturados -en donde está disociado el trabajo físico del intelectual-; y, segundo, porque las consecuencias de una acentuada elasticidad en la demanda de costos decrecientes aún no han arrojado su resultado final pero aseguran un cambio en el comportamiento de la economía como en las prácticas de consumo.

Si bien el capital abstracto no subsume el físico como adelantara M. Castells (Ibidem), el sociólogo urbano reflexiona a propósito sobre este clivaje en el plano cultural, en *Música, internet y propiedad*⁴. Para ello, destaca de la obra de Lawrence Lessig (2004) un fragmento que sintetiza el momento de cambio: “... la introducción de nueva tecnología siempre perturba los viejos mercados y en particular a aquellos poseedores de derechos de propiedad cuyas obras se venden mediante circuitos de distribución establecidos” (...) “Pero la historia –continúa– demuestra que el tiempo y las fuerzas del mercado acaban encontrando un equilibrio entre los distintos intereses, ya sea la nueva tecnología, un piano mecánico, una fotocopiadora,

4. Véase, en: [Rebelion.org](http://www.rebelion.org), por Manuel Castells, artículo tomado del diario La Vanguardia, 05-09-2004, <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=4214>, [Consulta: 19-11-2010]

una grabadora, un vídeo, un ordenador personal, una máquina de karaoke o un reproductor MP3”.

La teoría del valor distingue operacionalmente la definición del “plusvalor”. En su carácter “absoluto” circunscribe el tiempo de trabajo realizado por el obrero, mientras disocia en su faz “relativa” la medición del tiempo real que se necesita para la producción del objeto.⁵

El cambio de las condiciones laborales explica la manifestación *ludita* a comienzos del siglo XIX, especialmente cuando el telar mecánico optimizó la factoría de mercancías y en un mismo movimiento redujo la cantidad de operarios para maximizar la ganancia.

Pero la era digital presenta un escenario distinto. No hay destructores de máquinas. Sin embargo, la industria imbricada en las TIC muestra un desplazamiento en la forma de apropiación de la renta “extraordinaria” generada por la innovación tecnológica. El trabajo calificado implica obreros con altas capacidades cognitivas para su desempeño. Allí, tal vez, reside la diferencia y el telón de fondo de una cultura que parece haber superado las instancias de “preparación cultural” indicada por Lewis Mumford en su libro “Técnica y Civilización” (1934). Para Mumford no fue la máquina de vapor la impulsora de la industria moderna. Como en el año 2000 (sin *bug*) el reloj fue la variable principal a tener en cuenta (Mundo 2009).

De hecho, no surgen formas de resistencia contra el “maquinismo” de la web 2.0 ni los jóvenes explotados por sus CEO aplastan la Blackberry corporativa cuando suena fuera del horario de oficina.

El carácter extraordinario de la renta se da por un incremento acelerado de la productividad, donde las empresas emergentes son condición de posibilidad de nueva organización del trabajo. Allí las firmas dominantes pierden centralidad en el ejercicio del poder, se reconvierten o quedan obsoletas y son las industrias “pioneras” las que tienden a sustituirlas.

Las plataformas de Internet Google y Yahoo! representan un claro ejemplo de esta transformación. Los jóvenes desean las nuevas TIC para ser parte del mundo y no quieren destruirlas porque su uso anula la sociabilidad de la cultura pre-existente.

Roberto Igarza (2009) encuentra en lo que denomina “micro-pausas” una respuesta complaciente, donde el dispositivo técnico se convierte en una extensión de la actividad social -mediada por el consumo cultural- en lugar de resultar un objeto alienante.

Por otra parte, las siempre sugestivas conversaciones con el profesor Henocho Aguiar, titular de la cátedra Legislación Comparada de la Universidad de Buenos Aires, arrojan algunas respuestas latentes que permiten entrar y salir de la coraza marxista. Y la tentación de seguir una

5. Véase: *El Capital*; Tomo III: “El proceso global de la producción capitalista, en su conjunto” (publicado originalmente en 1894), en su versión resumida: *El capital, desarrollo de la producción capitalista*; por Gabriel Deville; Buenos Aires, Claridad; 1975.

tercera vía útil para comprender la nueva economía pensada -en la corta y media duración- que explica cómo la inteligencia aplicada a la producción en la era digital genera valores marginales crecientes con un rendimiento exponencial en constante desarrollo.

Todo esto resulta atractivo en términos ideales de no existir bombardeos contra civiles en Libia para derrocar a un presidente protegido durante décadas por Occidente o aquella imagen del ex socio incondicional de Estados Unidos antes de la Guerra del Golfo (1990), Saddam Hussein, ejecutado en una horca en 2006.

Esos argumentos podrían acompañar la idea una sociedad o *aldea global* más justa, en la cual se cumpliría la utopía cibernética de N. Wiener, quien suponía que a mayor grado de información habría un mayor grado de organización acompañado de redes comunicacionales que democratizarían la sociedad; y por ende, progreso.

En síntesis, la explosión propiciada por la máquina de vapor -principalmente dedicada a la industria textil- abrió nuevas rutas comerciales de navegación y el tendido generalizado de vías terrestres para que el ferrocarril llegara a las *ciudades puerto*. La transformación dio por cerrado un modo de producción del tipo feudal y estuvo encadenada a la conformación de los llamados estados nacionales.

El nuevo sistema económico mundial constituyó un quiebre en las lógicas de gobierno y la distribución del poder político, acompañado por una transformación tecnológica que acreó un doble juego de desigualdades sociales: internas a las sociedades industriales, bajo un crecimiento urbano acelerado; y, externas, en la relación geopolítica de los países productores de materia prima y los manufactureros.

Fue entonces cuando surgió la concepción del "ciudadano" ligada a un conjunto de reglas propias de la democracia representativa y a la conjunción de una forma de democracia política resultante de tendencias *liberales* (organizadas por el mercado) y *humanistas* que propiciaban la participación popular (en la conformación del Estado de Derecho).

También cuando las sociedades modernas se organizaron siempre bajo un esquema de desequilibrios, representados en una tensa relación entre capital/trabajo, y al compás de un impulso cada vez más impetuoso e intensivo en el desarrollo de las comunicaciones.

4. Innovación, desarrollo y aquel triángulo de Sábado

Siguiendo a Wallerstein (2002) hubo una pequeña diferencia a etapas imperiales anteriores. Estados Unidos desencadenó una crisis crediticia que primero afectó a su mercado financiero

local en operaciones inmobiliarias, pero luego arrastró al conjunto de la economía globalizada. Es desde 2007 cuando aquel modelo que se presentó como único, tras la caída de la URSS, perdió centralidad y previsibilidad en su control geopolítico mundial, con una marcada baja en su capacidad de influencia como potencia hegemónica.

La primavera económica de los particularismos populares latinoamericanos -de economías principalmente extractivas- muestran el desconcierto norteamericano, que tuvo que olvidar su patio trasero por un rato, para incursionarse en guerra sin rostro contra el mundo árabe para nada virtual.

En la actualidad, aquella situación de interdependencias -entonces, de centro y periferia- se tornó más compleja y multicausal, luego de no pocas crisis cíclicas económicas signadas por fases atadas a la innovación de los procesos productivos⁶.

Lo cierto es que la pasada década del 80 mostró una retracción de los estados nacionales frente al avance del mundo empresario⁷, menos burocrático y más eficiente en su búsqueda inmediata de beneficios sectoriales. Y que también dio por concluida la temporalidad propia de aquella revolución industrial británica y su particular síntesis entre economía y política, surgida bajo el ideario jacobino que instauró la separación de poderes frente al absolutismo monárquico. Desde ese origen patológico puede encontrarse cierta continuidad en los regímenes que regularon la propiedad privada.

Las TIC muestran un desplazamiento de aquella concepción del siglo XX, centrada en las sesiones materiales, hacia la conformación de un novedoso cuerpo de limitaciones legales sujeto a la faz abstracta de la propiedad. En este caso: intelectual. Pues en los bienes informacionales (Varian y Shapiro 2000) reside una de las claves para comprender la mutación

6. Sus cortes en la historia reciente han sido fechados por la historiografía, en: a) 1870, como efecto de la baja tasa de ganancia en los países centrales por la caída del precio en el mercado internacional de los productos agrícolas principalmente de América del Sur y Estados Unidos. De esta primera crisis surgieron salidas *proteccionistas* o *librecambistas*, según la conveniencia de los estados; b) 1929, por sobreproducción y caída del poder adquisitivo del salario. También con dos posibilidades: una liberal que esperaba en la deflación un nuevo punto de equilibrio y otra heterodoxa que propició el estímulo de la demanda y el intervencionismo con el llamado *Estado de Bienestar*; c) 1973, visible en el aumento del precio del petróleo pero cruzada por un proceso de transformación en el modo de producción; d) 2007, y la actual crisis internacional que comenzó en Estados Unidos con las hipotecas *subprime*, extendiéndose por todo el mercado financiero, con infinidad de quiebras y un destino aún incierto.

7. Martín Becerra (2003) explica en detalle este proceso de retracción en el Cap. 6 de su libro *La sociedad de la información*. Su análisis parte de los estudios relacionados con la economía política de la comunicación. Allí distingue el momento de pasaje de lo *nacional* y *divergente*, a lo *global* y *convergente* del cual surgen patrones globales de funcionamiento y actores globales, los cuales presentan una fuerte tendencia monopólica, en donde las fuerzas del mercado propiciaron una legislación acorde a sus necesidades. La baja de barreras de entrada impulsada por la Organización Mundial de Comercio (OMC), a mediados de la década del 90, confirma esa tendencia.

de la vida urbana y su juego de relaciones sociales en las que entran en contacto el derecho internacional comparado⁸ y lo que se ha denominado *gobernanza global*⁹.

La mencionada retracción de los aparatos burocráticos gubernamentales permite ver de manera autónoma experiencias locales que han invertido el esquema piramidal descendente en la toma de decisiones, dejando visible la potencialidad del crecimiento de no pocas ciudades del mundo, tanto en los países desarrollados como en los subdesarrollados.

Una hipótesis inicial sobre la relevancia de las ciudades mediadas por el entorno digital, indica que no ha cambiado el modo de producción capitalista (ni sus conflictos) sino sus relaciones sociales volcadas a una sociedad de servicios, donde las ciudades se han transformado en puntos nodales de circulación de datos -con fuertes implicancias económicas, políticas y culturales- los cuales se extienden en forma de red sin límites fronterizos y su uso trasciende la voluntad de los gobiernos centrales.

Cuando el corazón empieza a fallar (el estado), surgen estas vías de circulación colateral que habilitan otros recorridos desconocidos, imprevisibles y regeneradores de una búsqueda de nuevos equilibrios, en una sociedad en red donde por momentos los estados provinciales o municipales intentan suplir la ausencia de proyectos de nación pensados a largo plazo.

Aquel triángulo ideado por Jorge Alberto Sábato¹⁰, promotor de la búsqueda innovación y desarrollo (I+D) continua, que imaginó en su vértice superior a un Estado diseñador y ejecutor de políticas integradoras, hoy presenta un esquema difuso. Los sectores especializados en la creación de TIC carecen de ese anillo de Moebius propiciado por la demanda del resto del tejido productivo. Y esto ocurre principalmente en países subdesarrollados.

En cambio, sí resultan visibles algunos ensayos locales con sus ciudades como referencia, las cuales están interconectadas, con la inmediatez que posibilitan los enlaces digitales.

8. La normativa relacionada con la propiedad intelectual presenta una tendencia hacia la unificación de criterios comunes en diversos países del mundo, a partir de los cuales y a través de la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) Naciones Unidas intenta regular en forma uniforme tanto la explotación de las patentes y marcas (de medicamentos, por ejemplo) como los derechos patrimoniales de obras artísticas, fonográficas o literarias, entre otros. El escenario comunicacional signado por la digitalización ha tornado obsoletas las relaciones de producción, debido a que la posibilidad de transporte de un producto en paquetes de datos presenta otras mercancías que destruyen las lógicas empresariales anteriores.

9. Con especial atención al peso de los organismos internacionales, Guillermo Mastrini, Diego de Charras y Cecilia Fariña (2008) analizan los cambios regulatorios ocurridos a partir de la "Ronda de Uruguay" de la OMC -que se inicia en 1986 y finaliza en Marruecos en 1993, con 117 países firmantes-. En su recorrido toman la definición de Sandra Braman sobre *gobernanza global*, la cual circunscribe la categoría en "(...) los acuerdos y prácticas formales e informales de los actores estatales y no estatales, y las decisiones y comportamientos que tienen un efecto constitutivo sobre la sociedad".

10. Profesor de Física y creador del Departamento de Metalurgia de la Comisión Nacional de Energía Atómica.

Como se adelantó, en algunas etapas de crisis se vuelven obsoletas las relaciones sociales de producción como resultado de un proceso de “destrucción creativa”. Según Schumpeter, observador de las estructuras de poder inter-organizacional y estudioso de las curvas cíclicas de Dimitriv Kondratiev, son las grandes innovaciones las que revolucionan el tejido productivo y no la acción de las empresas, aunque el comportamiento de sus elites indiquen lo contrario. (Sinclair 2000)¹¹.

Raúl Katz (2006: 8) profundiza en lo que denomina contestabilidad “cruzada”, ciertos aspectos o chisporroteos resultantes del avance tecnológico, y la ausencia de normas legislativas adecuadas a la economía del conocimiento, con vacancia en políticas públicas que intervengan en la regulación del mercado, con atención a sus nuevas lógicas como las señaladas por Aguiar.

En cursos de posgrado¹², el comunicólogo Martín Becerra señala que la inclusión de los medios (y sus soportes) en la actividad económica globalizada presentan un alto grado de centralidad que diferencia a la etapa anterior por aplicar la ciencia al conocimiento, transformando a la información materia prima y producto de la llamada Sociedad de la Información.

Subsisten, entonces, el mundo de los bienes y el de los servicios pero con la particularidad de presentar estos últimos grandes ventajas comparativas por su elevada tasa de ganancias, en relación con la inversión inicial de industrias como metal-mecánica, entre otras¹³.

5. Ciudades interconectadas

Desde el punto de vista analítico se debe distinguir, primero, cuáles son las potencialidades y características de las *ciudades digitales*; segundo, observar si éstas orientan las políticas pú-

11. Un ejemplo reciente lo demostró el fracaso inicial de la implementación de la llamada telefonía de tercera generación anunciada para 2000 y cuyo lanzamiento hizo tambalear al sector luego de la crisis del Nasdaq (la bolsa dedicada a las TIC's), mas conocido como de las *punto com*. Las firmas que ya habían diseñado su plan de negocios e invertido sumas astronómicas en concesiones de espectro radioeléctrico, debieron esperar la adecuación masiva a implementación de la telefonía móvil y un cambio cultural, que presenta temporalidades propias y ajenas a los afanes empresarios.

12. Dictados en la Maestría en Periodismo de la Universidad de Buenos Aires (Segunda Cohorte: 2007-2009).

13. El abogado y titular de la materia Legislación Comparada (Faoc-UBA), Henocho Aguiar (2007) profundiza en *El futuro no espera* la necesidad urgente de elaborar políticas nacionales inclusivas en materia educativa como uno de los seis pilares básicos para promover un cambio cualitativo en el mejoramiento de toda una población en su conjunto. La materia prima es gris y no sólo material. Allí recorre seis pilares fundamentales: educación adecuada al siglo XXI, inclusión digital, desarrollo de la economía del conocimiento, legislación digital, gobierno electrónico y desarrollo intensivo de las comunicaciones.

blicas de las *ciudades globales*; tercero, dar cuenta de la presencia de políticas a largo plazo -autónomas de los mandatos gubernamentales- que tengan como base articuladora el sistema educativo para evitar que esas generaciones de “nativos digitales” estén condenados a la furgoneta de expedientes cosidos a mano en los tribunales, entre las múltiples limitaciones por falta de visión prospectiva e insistencia en la búsqueda de su espejo en el modelo atávico de las *ciudades puerto*, donde la información viaja a la velocidad de la máquina de vapor. Y, por último, una vez reconocidos estos espacios de emplazamiento, cuál es la relevancia de las nuevas formas de gobierno mundial, mediadas por la fibra óptica y las autopistas de la información.

Una lectura engañosa sobre las *ciudades digitales* surge de algunos los estudios propiciados por empresas continuadoras del proyecto de tendencia monopólica en los noventa, con un esquema privatizador y desregulador a ultranza.

El *ranking* elaborado por la consultora Convergencia Research, a pedido de Motorola¹⁴, en el cual se miden las condiciones de infraestructura de acceso a Internet, presencia de redes inalámbricas gratuitas (Wi-Fi) y las aplicaciones en salud, educación y seguridad presenta algunas marcas de ese pecado original. Este estudio cerrado en julio de 2009, luego de un relevamiento de 150 ciudades de 15 países latinoamericanos, arrojó que Buenos Aires, Marcos Paz y San Luis eran las 3 ciudades más digitales de Argentina.

A pesar de que la segunda etapa estudia el nivel de interacción entre la comunidad, las empresas y el Estado, la omisión de experiencias como el buen funcionamiento del Parque Científico Tecnológico (Universidad del Centro) de Tandil (Pcia. de Buenos Aires) relativiza la conformación de “clusters” -asociados a empresas de base tecnológica- enfocados a promover la cadena de valor en una determinada región o localidad.

En Tandil y en Rosario puede observarse un intento por profundizar en pequeña escala los lineamientos del triángulo de Sábato.

Las *ciudades digitales* acompañan la gestión pública con planes de gobierno electrónico que implican una voluntad del estado local por fomentar mecanismos de transparencia en la gestión pública, facilitar sus demandas por mecanismos virtuales de “ventanilla única” en la realización de trámites en líneas y la publicación de gestión de intereses¹⁵.

14. Véase: <http://www.ciudadesdigitales.convergencia.com/>; [Consulta: 12-07-09].

15. El caso del portal Chile Compra sirve como modelo en la publicación de demandas y presenta dos fortalezas sustantivas: la baja de costos por la eliminación de intermediarios y la ejecución de proyectos sin trampas en los procesos licitatorios.

Las *ciudades globales* están inexorablemente digitalizadas pero su potencialidad económica y generadora de dinámicas inclusivas difiere según su grado de inversión y acceso educativo. Este aspecto resulta vital de tratar de dotar de su centralidad perdida a los estados, como ocurrió en tiempos de aulas positivistas. Asimismo, las *ciudades digitales* pueden tener polos educativos de excelencia pero no establecer modelos asociativos sustentables que promuevan círculos virtuosos de generación de empleo y desarrollo local. Esa es la paradoja resultante de las reformas administrativas sufridas durante el último decenio del siglo XX, producto de la tendencia a una desregulación descontrolada con vocación monopólica.

Saskia Sassen (2007) recodifica lo global con especial atención a procesos nacionales y sub-nacionales, para proponer un esquema que permita dar cuenta del relieve y condiciones de interacción diversas entre comunidades de inmigrantes, profesionales transnacionales, ciudades globales o cadenas de producción transnacional. Para Sassen resulta indispensable reconocer los fenómenos de concentración o "aglomeración" de recursos en un territorio y ubicarse en un modelo multiescalar de globalidades y fenómenos locales, que difiera de las miradas de "jerarquías anidadas" (decrecientes y estáticas), donde pueden coexistir el sistema financiero internacional y organismos de derechos humanos globales, con ciertas intersecciones histórico-territoriales, en un sinuoso mapa de prácticas y actores particulares que deben ser leídas en flujo constante -cualidad esencial resultante de la incorporación de tecnologías *infocomunicacionales*-.

Para la socióloga holandesa el centro financiero de una ciudad global "es una entidad local, que a su vez forma parte de un mercado electrónico perteneciente a la escala global" (1997: 28). Allí se detecta el carácter multiescalar de las ciudades globales, definidos por Sassen como "territorios sub-nacionales donde se entrecruzan múltiples circuitos globales" (1997: 32).

Hecha esta distinción, significativa para el diseño y elaboración de políticas públicas, resulta necesario retomar la cuestión de la *gobernanza global* y su caracterización. Guillermo Mastrini (2008) cita a Marc Raboy para diferenciar: a) *Organizaciones globales*, como la familia relacionada con Naciones Unidas o la Organización Mundial de Comercio (OMC); b) *Clubes multilaterales*, entre los que pueden mencionarse diversos organismos de cooperación internacional; c) *Organizaciones multiestado regionales*, de las que se destaca la Unión Europea y, en Latinoamérica, el NAFTA o el Mercosur; y d) *Organismos transversales*, emergentes de la desregulación con predominio de actores corporativos. ICANN (Corporación de Internet para la asignación de Nombres y Números) presenta el ejemplo más acabado. Es una entidad compuesta por empresas informáticas, que depende de la Secretaría de Comercio de Estados Unidos, pero que regula el funcionamiento nomenclador de Internet del resto del mundo.

Mastrini agrega que mientras Naciones Unidas emite recomendaciones, la OMC sanciona económicamente a quienes no cumplen sus acuerdos. ICANN hizo que fracasaran las demandas para la creación de un Foro para la Gobernanza en Internet (IGF) en los encuentros de Cumbre

de la Sociedad de la Información (Ginebra 2003-Túnez 2005), pues su lógica es más afecta al libre mercado de la OMC que a los resguardos políticos y culturales de Naciones Unidas, de las cuales ha tomado gran relevancia en los últimos años la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) debido a la revolución científico-técnica que afecta los planes de negocios de las industrias culturales. En ambos casos, la respuesta inmediata por parte de las grandes corporaciones es visible en la búsqueda de cambios regulatorios que persigan la copia digital y el libre acceso a contenidos virtuales. Lo cual obliga a reconceptualizar el valor de la información y sus formas de propiedad; y a reformular la relación entre capital y trabajo, por el derecho al acceso Conocimiento (o a la salud en el caso de las patentes farmacéuticas) frente a los fines de lucro sectoriales.

Por otro lado, las tecnologías dedicadas a la información y el entretenimiento han reducido, por su mediación e interdependencia constante, aquella posibilidad de ociosidad curiosa e improductiva del *flaneur* de las ciudades modernas.

Hoy, la “economía de la atención” es resultante de un cambio en los hábitos de consumo y también de esa huída burguesa, convirtiendo al usuario de nuevas tecnologías en consumidor de ese flujo de datos constante, incluso en momentos de distracción. Las redes sociales en Internet y la comunicación por dispositivos móviles muestran cambios de las prácticas culturales. El usuario se pierde en la multitud sin desconectarse totalmente o salirse de otros circuitos (laborales, de esparcimiento, familiares, etc.).

En todos los casos, la racionalidad económica del entorno digital está cruzada por una tendencia a cero en el costo de acceso al servicio, a cambio del tiempo de atención contextual a la publicidad (segmentada y cada vez más específica, según el perfil del eventual cliente).

Según Igarza (Ibídem) los “nuevos medios” de comunicación están activos incluso durante los momentos de desplazamiento. Se filtran en espacios intersticiales sea en un colectivo, en salas de espera, en el trabajo o en el hogar. El teatro es uno de los pocos lugares comunes que resiste a los *rings tongs* de la telefonía celular.

Si no comprendemos el grado de desarrollo de las nuevas tecnologías y su trascendencia para realizar cualquier tipo de actividad cotidiana tampoco podremos dar cuenta de la importancia del sistema educativo como articulador en las ya masivas redes sociales y las asociadas a conocimientos específicos, las cuales presentan un alto grado de complementariedad con la circulación informativa.

Tampoco de la dinámica compleja entre lo universal y lo particular, y sobre la necesidad de estados nacionales (desnacionalizados y vueltos a nacionalizar) que habiliten políticas activas en materia educativa para la llamada *sociedad del conocimiento*, frente al fracaso de una *sociedad de la información* que no resolvió la tendencia natural al desequilibrio del mundo contemporáneo.

Las ciudades y sus habitantes transitan por patrones de interacción social que necesitan de redes *inter* y *trans* fronterizas con múltiples entradas a circuitos territoriales diversos, donde la proximidad se torna innecesaria y la valorización del capital es cada vez más abstracta y elástica (en su demanda). No obstante la corta duración propiciada por las *micro-pausas* de las TIC, el entorno digital está implicado por la larga duración de la cultura.

Antes de ingresar a su acuoso mundo posmoderno, Zygmunt Bauman analizó la salida del Medioevo en el firme terreno de aquellos guardabosques convertidos en jardineros -que describiera en *Legisladores e Intérpretes*-. Ocurre que lo inasible y escurridizo tiene su salvavidas en la solidez de ciencias humanas donde lo intelectual deja de cumplir una función adjetiva de la propiedad; porque es una cualidad inherente al hombre, dotado de la capacidad de descorrer el “velo tecnológico” (descrito por Adorno) que lo cosifica.

6. Reflexiones finales

Si bien no resultan operativas las categorías de McLuhan, su conceptualización general de los medios abre caminos para observar el comportamiento de los poderes fácticos.

Aquella amenaza sobre la organización del poder vinculada a los “monopolios del saber” planteada por H. Innis cobra nueva relevancia por el fracaso de la Cumbre de la Sociedad de la Información y el alto grado de influencia de organismos transversales como ICANN, que regulan no sólo la asignación de los dominios de Internet sino el control y diseño de una cultura signada por esas conexiones.

La información puede democratizar la sociedad en la medida que su grado de organización permita resguardar los particularismos en su tendencia universalizadora. Las discusiones sobre soberanía en Internet y los principios de neutralidad en la red son cuestiones que deberán incorporarse a la agenda global.

El *modo de producción informacional* no sustituye las prácticas imperialistas, visibles en la guerra sin rostro contra el supuesto terrorismo árabe. En tanto, los nuevos puertos son los centros financieros (las bolsas) y sus matrices reticulares, que borran las fronteras nacionales e ingresan directamente en las *ciudades globales*.

No obstante, las *ciudades globales* portadoras de aquellas experiencias digitales con prioridad en el acceso al conocimiento presentan una posibilidad concreta de romper el cerco de la *ciudad puerto*, aunque su modo de producción insista en el error de reproducir las asimetrías del pasado si basan su crecimiento sólo en economías extractivas.

Allí es donde debemos encontrar los antecedentes poscoloniales de los tiempos largos. Esa síntesis entra la larga y la corta duración, tal vez sea una de las claves a 100 años del nacimiento de McLuhan.

Bibliografía

Adorno, Theodor W. (1967): "La educación después de Auschwitz"; Francfort: *Zun Bildungsbegriff des Gegenwart* (Conferencia emitida por Radio Hesse el 18 de abril de 1966. Trad. al español: en *Consignas*; Buenos Aires; Amorrotu; 1993). Disponible en: http://www.ddooss.org/articulos/textos/Theodor_W_Adorno.htm; [Consulta: 24-06-2011].

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (1987) [1947]: *Dialéctica del Iluminismo*; Buenos Aires: Sudamericana.

Aguiar, Henocho (2007) *El futuro no espera. Políticas para desarrollar la Sociedad del Conocimiento*; Buenos Aires: La Crujía.

Becerra Martín (2003) *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia y divergencia*; Buenos Aires: Norma.

Castells, Manuel (2009) "Reprogramando las redes de comunicación: movimientos sociales, política insurgente y el nuevo espacio público"; en *Comunicación y poder*; Madrid: Alianza. P. 393-534.

Castells, Manuel (2005) *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, estructuración económica y el proceso urbano-regional*; Madrid: Alianza.

Habermas, Jürgen (1986) [1968]: *La técnica y la ciencia como "ideología"*; Madrid: Tecnos.

Igarza, Roberto (2009): *Burbujas de ocio*; Buenos Aires: La Crujía.

Katz, Raúl (2006) "Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales en una perspectiva Latinoamericana"; junio; documento de la CEPAL. Naciones Unidas; Santiago de Chile. Puede descargarse su versión en PDF en: <http://www.cepal.org/SocInfo>.

Lessig, Lawrence (2008) "Creative Commons y cultura libre. Una legislación insensata", en revista *Telos*, octubre-diciembre, N° 77. Disponible en:

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo%3D13&rev%3D77.htm>; [Consulta: 20-11-2010]

Mastrini, Guillermo, de Charras Diego y Fariña Cecilia (2008) *Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano*, Buenos Aires: MIMEO.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (1997) [1995] *Historia de las teorías de la comunicación*; Barcelona: Paidós.

McLuhan, Marshall (1996); *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*; Barcelona: Paidós.

McLuhan, Marshall (1963): *La Galaxia Gutenberg*; Toronto: University of Toronto Press; (trad. español: *La Galaxia Gutenberg; génesis del "homo typographicus"*; Aguilar).

Mundo, Daniel (2009) *Lewis Mumford: Textos escogidos*; Buenos Aires: Ediciones Godot.

Nora, Simon y Minc, Alain (1981) [1978] *La informatización de la sociedad*; México: Fondo de Cultura Económica.

Raboy, Marc y Landry, Norman (2005) *Sociedad Civil, Comunicación y Gobernanza Global. Temas de la Cumbre de la Sociedad de la Información*; New York: Peter Lang USA.

Sassen, Saskia (2007) *Una sociología de la globalización*; Buenos Aires: Katz.

Schumpeter, Joseph (1983) [1942] *Capitalismo, socialismo y democracia*; Folio: Barcelona.

Sinclair, John (2000) *Televisión: comunicación global y regionalización*; Barcelona: Gedisa.

Shapiro, Carl y Varian, Hall R. (2000) "La Economía de la Información"; en *El dominio de la información; Una guía estratégica para la economía de la Red*; Barcelona: Bosch.

Wallerstein, Immanuel (2002) *Un mundo incierto*; Buenos Aires: libros Del Zorzal.

Wallerstein, Immanuel (1983): "Configuraciones y perspectivas de la economía-mundo capitalista"; en *Revista de Occidente*; N° 29; Madrid; p. 67-86.

Wiener, Norbert (1948) *Cibernética o Control y Comunicación en los animales y las máquinas*; París: Herman (trad. español: *Cibernética y Sociedad*; Buenos Aires: Sudamericana; 1958).

Wilkinson, Jeff: "Converging communication, colliding cultures: shifting boundaries and the meaning of 'our field'"; paper presented at the Conference on *Media Convergence: cooperation, collisions, and change*; 13/15-10-2005; Provo; Utah.



La hiperconexión en el mundo actual

Paolo Luca

Estudiante Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario (UNR)
paololuca123@gmail.com

Resumen

Este trabajo intenta proyectar conceptos de Marshall McLuhan en el mundo actual, un mundo hiperconectado, afectado y transformado cada vez con mayor velocidad, por el nuevo medio de comunicación: Internet, receptáculo de nuestras cambiantes relaciones sociales.

Palabras claves: McLuhan - hiperconexión - Internet - Relaciones Sociales

Abstract

This work tries to project Marshall McLuhan's concepts in the actual world, a hiperconnected world, affected and transformed, with greater velocity, by the new media of communication: Internet, receptacle of our changing social relationships.

Key-words: McLuhan - hyperconnection - Internet - Social relationships

*“Hombre, él (McLuhan) entendió Internet.
Él fue Internet en la década de 1960.
Finalmente, el mundo se puso a su altura.”*
Robert Logan

Este trabajo intenta proyectar algunas ideas de Marshall McLuhan en el mundo actual, un mundo hiperconectado en la medida que cada vez, con mayor velocidad, se ve afectado y transformado por el nuevo medio de comunicación, Internet, receptáculo de nuestras cambiantes relaciones sociales.

Me resultó fundamental para sostener esta idea la conferencia brindada por Octavio Islas (Director de la revista web “Razón y Palabra” <http://www.razonypalabra.org.mx>) tras su visita a la Argentina en abril de 2010, con motivo de la IX Cumbre Iberoamericana de Comunicadores que se realizó en San Martín, provincia de Buenos Aires.

En oposición al concepto de “modo de producción”, con el cual según Marx es factible explicar el cambio histórico a partir de la lucha de clases, McLuhan advirtió la posibilidad de comprender el cambio histórico de acuerdo a los “modos de comunicación” que se desarrollan en cada época, considerando en cada caso las tecnologías.

La velocidad con la cual circula la información representa una de las principales variables a considerar en el análisis de las etapas históricas que advierte McLuhan. Cada modo de comunicación supone un determinado ritmo informacional. En la primera edad, la circulación de la información era muy lenta. En la Edad Tribal el único medio de comunicación del que disponía el hombre era la palabra oral. Luego se inicia la siguiente era con la invención de la escritura hasta la difusión de la imprenta, en la cual predomina la escritura alfabética, considerado el primer medio capaz de recoger, conservar y transmitir las experiencias humanas, reduciendo la función mnemónica de los individuos. Pero con el advenimiento de la Edad Eléctrica la información comenzó a circular a mayor velocidad. Por eso es designada por McLuhan como la “Edad de la Ansiedad” y que nos conduce a su idea de Aldea Global.

Todos estamos interrelacionados y todos formamos parte de la misma aldea, nos influimos unos a otros y nos comunicamos de una manera instantánea. Hay una dinámica tan veloz que es cada vez más complicado generar una atención que pueda durar en el tiempo. Se hizo un zoom sobre el tiempo. Somos poco conscientes del nivel de conectividad que tenemos. Las comunicaciones son cada vez más breves, poco intensas, momentáneas; ya no se habla de conversación, se dice interacción. Ya no hay elaboración, hay comentarios, y no hablamos de personas, sino de usuarios. Es interesante ver cómo van desarrollándose las relaciones sociales en esta era de hiperconectividad. Los momentos de descanso, de ponerse en blanco, ahora los reemplazamos por hablar por teléfono, prender la radio, mandar un mensaje, navegar

por la web, jugar con el celular. Estamos en conexión permanente al mundo virtual mediante distintas extensiones de nuestro cuerpo.

Todo esto nos permite ratificar lo que planteaba McLuhan en la década del '60 cuando señalaba que "luego de más de un siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación" (McLuhan 1996: 24 y 25).

Muchos especialistas han retomado esta idea para manifestar que McLuhan de este modo anticipaba Internet.

Paul Levinson, comunicador norteamericano discípulo de McLuhan, comentó: "Los esbozos para comprender nuestra era digital estaban en el estante de los libros de McLuhan". Alejandro Piscitelli, reconocido especialista Tecnologías de la Información y la Comunicación, dice: "Revisar la obra entera de McLuhan a partir de la existencia y las vivencias propias de Internet resulta más saludable, ya que muchas de sus metáforas fueron descalificadas demasiado rápidamente. La más célebre de todas, la que sostiene que el mundo habría de devenir en una aldea global, adquiere hoy un tono menos autista y geopolíticamente más correcto, cuando la revisamos desde la perspectiva de los 750 millones de Internautas que hay hoy en el mundo, expresándose y conectándose, al menos potencialmente entre sí". Por otro lado, diversos investigadores de las ciencias de la comunicación en Latinoamérica, como Octavio Islas, afirman que la teoría de las mediaciones presentaba *evidentes limitaciones* para responder al imaginario de las comunicaciones digitales, y que, para proceder a analizar las nuevas interfaces, los nuevos ambientes comunicativos y las nuevas tecnologías de información, resultaba indispensable recuperar a McLuhan.

En esta era de Internet estamos todo el tiempo acumulando información, y con ésta reemplazamos experiencias físicas, ya que estamos permanentemente conectados y terminamos distanciados de la vida que se encuentra fuera de ese mundo virtual. Nos encontramos en un estado de dispersión, de multiplicación, de exceso de información; creemos perder la capacidad de hacer foco sobre una idea, sobre un único pensamiento.

Pero en realidad lo que sucede es que este nuevo modo de comunicación está cambiando el modo de adquirir experiencias. A partir de estas nuevas formas de mediatización, cambian las organizaciones perceptivas y cognitivas de la sociedad. El hábitat del nuevo hombre es el sistema de paso, la construcción de constelaciones de sentido, de experiencias a través de ideas que refieren unas a otras en una especie de semiosis ilimitada. Lo que le importa al mutante, como lo llama Alessandro Baricco, es crear sentido a partir de la experiencia del hipertexto

y del linkeado. Ellos hacen una búsqueda constante, no necesitan profundizar y estancarse durante mucho tiempo en un tema, el conocimiento está por todas partes, disperso en una secuencia, no es algo fijo, inmutable. Como dice Gastón Silberman, "Internet es de paso, estás en tránsito a lo próximo, como en un aeropuerto. Como yendo hacia un lugar pero indefinido" (Silberman 2010: 105).

Era de la distracción, era de la ansiedad, era de un nuevo experimentar, nos encontramos sumergidos en un nuevo mundo contraído por la electricidad que obliga al *compromiso* y a la *participación*, a una profunda implicación (McLuhan, op. cit.).

A cada tiempo, su medio. Y a cada medio, sus sentidos

"Los efectos de la tecnología no se dan a nivel de las opiniones o los conceptos sino que cambian las proporciones de los sentidos o pautas de percepción, de modo continuo y sin resistencia alguna".

M. McLuhan

Surgen en nuestros tiempos nuevas tecnologías que modifican nuestras formas de pensar. Nuevas formas de pensar que modifican las tecnologías. Se produce un reordenamiento de la percepción, una reestructuración de los sentidos que cambia la forma que percibimos nuestro entorno. Es decir, la configuración sensorial obtenida de la interacción del hombre con sus extensiones tecnológicas no sólo afecta el orden de la sensibilidad sino también las propias estructuras del pensamiento, es decir, la concepción que éste tiene del mundo y de sí mismo. Cada cultura desarrolla una cierta configuración sensorial en función de los medios imperantes en la misma.

Escuchar la radio o navegar en Internet significa aceptar dentro de nuestro sistema personal esas prolongaciones de nosotros mismos y que suframos esa especie de "cierre" de la percepción que les sigue automáticamente (McLuhan op.cit).

Con el advenimiento de Internet se están produciendo cambios de los que tal vez no seamos profundamente conscientes. La tecnología avanza a pasos agigantados. Hoy en día ya es posible realizar una videollamada desde cualquier parte del mundo con tan sólo dispositivos móviles "inteligentes" que nos brindan una conexión un tanto más real con otra perso-

na. Hace aproximadamente un año, Microsoft lanzó una serie de videos en los que muestra cómo será el mundo tecnológico desde su mirada, una perspectiva representativa siendo una empresa dedicada a la venta de productos relacionados con el universo tecnológico¹. Estos videos nos adelantan un mundo completamente digital hacia 2019, en el que los diarios, las oficinas, las tarjetas de crédito, los restaurantes estarán incorporados o incorporando nuevos soportes digitales. Por ejemplo, en este adelanto de Microsoft se muestra a un grupo de niños que se están comunicando en un salón de clases, donde escriben y dibujan en un pizarrón digital transparente, o cómo una persona se relaciona con un periódico 100% interactivo.

A partir de 1960, la aparición de nuevas tecnologías impulsó importantes *remediaciones*² en algunos de los principales medios de comunicación.

A partir de la creación del telégrafo, que marcó la transición de la edad mecánica a la edad eléctrica, se produjo la extensión del sistema nervioso central, es decir, de la red de comunicaciones internas de nuestro cuerpo. En la actualidad Internet reemplazó al telégrafo, adecuándose a las circunstancias actuales. Internet y los soportes móviles como las tabletas Ipad arrojan información abundante e inimaginable y la ponen a nuestro alcance modificando el tiempo y el espacio. Los soportes móviles son en la actualidad esos receptáculos que llenamos de “objetos y actividades” en nuestra vida cotidiana, aparato al que le dedicamos gran cantidad de nuestro tiempo. Pasamos largos ratos conectados a esa vida virtual de la que somos más conscientes que nuestra vida física y que va adquiriendo gran importancia. “Cuando se cae la conexión, la frase es: ‘se murió internet’. Y ‘se murió internet’ es grave. Se murió alguien. El nosotros virtual” (Silberman 2010: 127).

Un sistema de comunicación como es Internet en la cual la información misma y no sólo el medio se extiende, revierte, recupera y vuelve caduca u obsoleta cierta información (Leyes de los medios), lo que es noticia acerca de algo, puede dejar de serlo a los pocos minutos. Las personas están literalmente bombardeadas con información a diario. Los medios electrónicos las proveen con diferentes datos, imposibles de procesar y analizar. Y esto termina transformando la información en desinformación, pues en la memoria van quedando sólo fragmentos de lo percibido por los sentidos.

En la actualidad, estamos asistiendo a la fusión de los sentidos audio-táctil-visual, una fusión de todos los sentidos en un mismo soporte. Como asevera el canadiense, ningún medio hace desaparecer al anterior, sino que lo rearticula e incluso lo fortalece (McLuhan op. cit.). María Elena Meneses (profesora e investigadora del Tecnológico de Monterrey, México) señala que *The Daily*, el primer periódico para tabletas electrónicas como Ipad de Apple “es la convergen-

1. Enlace al video: <http://www.microsoft.com/showcase/en/us/details/e7728af1-3fe4-4e25-a907-3dbf689fe11a>.

2. En la “ecología de medios”, perspectiva de la comunicación que estudia cómo los medios afectan la percepción humana, la *remediación* es el resultado de una adecuación eminentemente dialéctica que permite transformar a los medios de comunicación, hasta convertirlos en lógicas extensiones de nuestras facultades, órganos o sentidos.

cia de todos los soportes y sus rasgos comunicativos que conocemos hasta ahora: Impreso, radio, televisión e Internet". De este modo, podemos vislumbrar el nacimiento de una nueva sensibilidad que reestructura los sentidos y que probablemente, siguiendo las ideas mcluhianas, causará un cambio en nuestra manera de pensar y ver el mundo.

Enamorado de los dispositivos

"En la estructura tecnológica inmanentista los sujetos y los objetos convergen en su estatus ontológico: los primeros tienen, por así decirlo, movilidad descendente, y los segundos, movilidad ascendente. Para McLuhan, sujetos y objetos se fusionan".

Scott Lash

"El hombre queda inmediatamente fascinado por cualquier prolongación de sí mismo en cualquier material distinto a su propio ser".

M. McLuhan

Este concepto mcluhaniano entra en concordancia con la idea que presenta Silberman en su libro *Sin Cortinas* respecto al embotamiento que generan las extensiones del hombre. Es posible observar a diario esta conexión permanente del hombre con las distintas extensiones: celulares, computadoras, radios, etc. En el caso de Internet, es asombroso ver la adicción que generan en la gente aplicaciones tales como Facebook, Twitter y otras redes sociales, así como también los portales de juegos, entre otros. Se generó una necesidad: la de estar conectados en todo momento: nos levantamos y chequeamos el correo electrónico. En tiempos libres, ingresamos a las redes sociales o a salas de chats, a diarios digitales. Y nos convertimos en espectadores de un montón de situaciones virtuales de todo tipo, pero ninguna de ellas nos crea una vivencia real y concreta. "Acumulamos información, pero nos sentimos vacíos porque no procesamos lo que recibimos, y el entretenimiento viene a llenar ese vacío" (Silberman 2010: 20).

El *silencio* empieza a ser un ruido molesto al cual nos vamos desacostumbrando, porque es hueco, es "no tengo nada que decir o hacer", y entonces lo reemplazamos con el enorme aparato de la hiperconexión. "El uso de Internet nos está atontando, nos embotan, nos está volviendo imbéciles porque provoca cambios en nuestra capacidad para concentrarnos y reflexionar",

sostiene Carr. Sin embargo, la distracción y la desconcentración siempre existieron. La mejor solución es el autocontrol, saber organizar los tiempos de cada uno acorde a sus ocupaciones laborales, familiares, personales. Sucede que en muchos casos se dificulta lograr este control y nos afectamos de la hiperconectividad a través de celulares inteligentes, notebooks, netbooks o tabletas electrónicas que son necesarios justamente para trabajar, ya que facilitan diversas tareas en algunas actividades profesionales. La psicóloga Vivian Loew³ expone: “Estamos en piloto automático, esto hace que no puedas revisar tu vida, que no puedas discriminar qué te da alegría y qué no, que puedas reflexionar, que puedas descartar, imaginar... eliminamos el ocio, acto creativo” (en Silberman 2010: 147).

“La prolongación tecnológica de nuestro cuerpo, destinada a aliviar el stress físico, puede traer consigo un stress síquico que quizá sea mucho peor” (McLuhan 1996: 97). Naturalmente, es curioso ver en muchas personas esa necesidad de “desconectarse del mundo” y tomar vacaciones, alejarse de esta velocidad que nos envuelve en todo los aspectos de la vida y que no cede, que no suministra un verdadero respiro a nuestros cuerpos que no terminan de acostumbrarse a estos vertiginosos flujos de información que origina la era eléctrica o pos-eléctrica. “El escalonamiento ascendente de la velocidad y de la mecánica a la forma instantánea de la electricidad convierte la explosión en implosión” (McLuhan 1996: 62).

Internet como medio frío. Ágora cibernética

“...el espacio público cambia y el hombre va transformando la humanidad. Los estímulos de información son constantes y el nuevo hombre no reconoce límites de tiempo ni espacio. Todas las fronteras han sido vencidas ante la irrupción de un mundo hiperconectado...”
Daniel Ivoskus⁴

Es interesante ver respecto a esta diferenciación que propone McLuhan entre medios cálidos y fríos, cómo en el ámbito político es necesario gestionar el espacio virtual como estrategia en campañas políticas o en el llamado E-government o gobierno electrónico, porque este

3. Psicoterapeuta, co-autora de *Sin Cortinas*. Profesora de la Universidad del Salvador. Coordinadora de grupos artísticos, deportivos, y empresas familiares. Autora de 4 libros.

4. Magister en Desarrollo Económico Local. Licenciado en Comercialización. Autor de los libros *Vivir conectados* y *Obsesión Digital*. Actualmente es profesor de la Universidad Nacional de San Martín y Concejal de ese municipio.

espacio vino a reemplazar la plaza griega, gracias a que posibilita el diálogo, la interacción entre los internautas y gracias también a que éstos participan en todo momento de diversas actividades y en diferentes escenarios conectados en la red. Los medios nos atraviesan, nos reconfiguran y reconfiguran las formas en que nos socializamos. Hoy se habla de la Web 2.0 que implica compartir, escuchar, informar, intercambiar, dialogar y que Tim O'Reilly⁵ la define no como una tecnología, sino como una actitud. Partiendo de los criterios definidos por McLuhan para distinguir entre medios fríos y calientes, es posible afirmar que Internet admiraría ser considerado como medio frío, debido a que la impresionante interactividad de sus usuarios representa uno de los principales elementos distintivos del medio (Islas 2004: 3). No obstante, cada herramienta de Internet (los chats, los blogs o el correo electrónico o las redes sociales) posee grados relativos de participación.

Egipto de luna. Apagar Internet

"Habían sido cinco días y medio que alcanzaron para demostrar que, pese a toda la esperanza que la Red ha traído de un mundo más libre, más democrático y más justo, la posibilidad de apretar el botón de apagado sigue horrendamente vigente."

Ariel Torres

Ante el tono creciente que adquirieron las protestas en Egipto a causa de la situación de pobreza y la ausencia de libertades básicas que sufría gran parte de sus ciudadanos, el gobierno de Hosni Mubarak decidió cortar Internet por completo al igual que las redes de telefonía móvil. Resulta oportuno hacer referencia a lo sucedido respecto a esta posibilidad de desconectar a un país entero (y probablemente que, si se quiere, también al mundo) y aislar de este universo cibernético a millones de personas. La pregunta es ¿Cómo puede reaccionar un país sin Internet? Ariel Torres explica en su artículo "Apagar Internet, receta simple, pero sin futuro" (2011) que en la práctica, casi ningún país está en condiciones de sobrevivir a un apagón de la Red. A pesar de que Egipto constituye una fracción mínima de la red global permaneció sólo cinco días fuera de ella y luego tuvo que volver. No por la presión internacional ni por un cambio de rumbo político. Lo que sucede es que ninguna economía moderna pue-

5. Fundador y presidente de O'Reilly Media. Es un fuerte impulsor de los movimientos de software libre y código abierto, así como uno de los autores del concepto Web 2.0 y participante en el desarrollo del lenguaje Perl. Es autor de varios libros, publicados todos ellos por su editorial.

de funcionar sin las computadoras e Internet, y ya lo señalaba Manuel Castells en su libro *La Galaxia Internet*: "En el último cuarto del siglo xx coincidieron tres procesos independientes, que han derivado en una nueva estructura social basada predominantemente en las redes. Las necesidades de la economía de flexibilidad en la gestión y de globalización del capital, la producción y el comercio. Las demandas de una sociedad con la que los valores de la libertad individual y la comunicación abierta se convirtieron en fundamentales. Y, en fin, los extraordinarios avances que experimentaron la informática y las telecomunicaciones, y que han sido posibles gracias a la revolución de la microelectrónica. En estas condiciones, Internet, una oscura tecnología que tenía poca aplicación más allá de los mundos aislados de los científicos informáticos, se convirtió en la palanca de la transición hacia una nueva forma de sociedad: la sociedad red -y con ella, hacia una nueva economía" (Castells 2001: 16). De modo que aislarse de estas redes es la forma de exclusión más grave que puede sufrir la economía y la cultura de un país. El autor marca que la economía de los últimos años ha adquirido tres características fundamentales: es informacional, es global y funciona en red (Castells 1998: 1).

Esto nos permite ver el alcance que ha adquirido este nuevo medio en la sociedad, una dependencia casi absoluta de esta extensión que día tras día va adquiriendo nuevos matices y cuya evolución constante advierte cambios profundos y en breves lapsos. Hemos entrado a un nuevo mundo de la comunicación a través de Internet como sistema de comunicaciones y como forma organizativa. Este nuevo medio permite la comunicación de muchos a muchos en un instante y a escala global.

Es posible también hacer un análisis de lo que sucedió en España semanas atrás con los "indignados" congregados en la plaza Puerta del Sol de la ciudad de Madrid, donde se pudo ver en práctica lo que Manuel Castells denominó *autocomunicación de masas*, que responde a la lógica de comunicación de muchos a muchos, reemplazando la comunicación tradicional de masas de uno (medios de comunicación) a muchos. Este fenómeno reafirma lo que McLuhan proponía con el concepto de aldea global, gracias a que todo el mundo en simultáneo estaba al tanto de lo que sucedía en ese punto del planeta. En la red social Twitter el hashtag (etiqueta temática) *#spanishrevolution* o *#acampadasol* fueron los escenarios de comunicación que se crearon para informar, razonar, imaginar, valorar o desmentir acaso las noticias que comunicaban los grandes medios de comunicación. Esto se corresponde en parte con la "inteligencia colectiva" de la que habla Pierre Levy (1999), entendida como una forma de inteligencia distribuida en todos lados, continuamente valorizada y puesta en sinergia en tiempo real, y resultando en la movilización efectiva de habilidades. El concepto de inteligencia colectiva se opone a la idea de que el conocimiento legítimo viene desde "arriba", de la universidad, de la escuela, de los expertos, reconociendo, al contrario, que nadie sabe todo y que cualquiera sabe algo. La inteligencia colectiva permite pasar de un modelo cartesiano de pensamiento basado en la idea singular "yo pienso", a un colectivo o plural "nosotros pensamos". Este concepto tiene implicaciones importantes en la construcción de una verdadera democracia, al producir una especie de ágora virtual integrada dentro de la comunidad y que

permite el análisis de problemas, intercambio de conocimientos y toma de decisión colectiva. “El desarrollo de la comunicación asistida por ordenador y de las redes digitales planetarias aparecería como la realización de un proyecto más o menos bien formulado: el de la constitución deliberada de nuevas formas de inteligencia colectiva, más flexibles, más democráticas, fundadas sobre la base de la reciprocidad y del respeto a las singularidades” (Levy 1999: 76).

Bibliografía

Atadía, A. (2011) “Cuando los dispositivos móviles saturan la vida personal”, disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1349214-cuando-los-dispositivos-moviles-saturan-la-vida-personal>. Consultado: 13 febrero de 2011. Diario La Nación.

Baricco, A. (2008) *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.

Castells, M. (1998) “Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa” en *La transformación del trabajo* [Internet], Cataluña, Los libros de la Factoría. Disponible en: <http://www.revistalafactoria.eu/restrict.php?tipo=articulo&id=102> . Consultado: 8 abril 2011.

Castells, M. (2001) *La Galaxia Internet*, Barcelona: Areté.

Infoamérica “Marshall McLuhan (1911-1980)”, Disponible en: <http://www.infoamerica.org/teoria/mcluhan1.htm>. Consultado: 23 de mayo de 2011.

Islas, O. (2006) *La era McLuhan*. [Internet], México, *Revista Razón y Palabra*. Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc88/era.html>. Consultado: 14 abril 2011.

Islas, O. (2004) “Marshall McLuhan: 40 años después”, en *Revista de Comunicación CHASQUI*. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/86/islas86.htm> . Consultado: 14 abril 2011.

Islas, O. (2008) “Marshall McLuhan y la complejidad digital”, en *Revista Razón y Palabra, Número 63*, México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/varia/oislas.html>. Consultado: 18 febrero 2011

Larrea, J. (2010) *Comunicación política en Latinoamérica*, Buenos Aires: Editorial Dircom.

Lash, S. (2005) *Crítica de la información*, Buenos Aires: Amorrortu.

Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona: Paidós.

McLuhan, M. (1990) *La aldea global*, Barcelona: El Mamífero Parlante.

McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós Comunicación.

O'Reilly, T. (2005) *Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software*, Fundación Telefónica. Disponible en: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146#. Consultado: 22 febrero 2011.

Silberman, G. (2010) *Sin Cortinas. Conversaciones sobre el ser humano digital*, United Virtualities.

Torres, A. (2011) "Apagar Internet, receta simple, pero sin futuro", en *Diario La Nación*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1349260-apagar-internet-receta-simple-pero-sin-futuro>. Consultado: 12 febrero de 2011.

Rossi, A. (2005) "Sobre Marshall McLuhan", en Educ.ar. Disponible en: <http://portal.educ.ar/debates>. Consultado: 25 febrero 2011.

Wemyss Cumsille, C. (2011) "¿Qué pasó con la Aldea Global?", en *Suite101*. Disponible en: <http://www.suite101.net/content/que-paso-con-la-aldea-global-de-mcluhan-a37437#ixzz1Db1OjSY9>. Consultado: 3 marzo 2011.

McLuhan y Heidegger:

Resonancias y contrapuntos en la problemática de la técnica y la cultura

Leonard Echagüe

Doctor de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires

lechague@dm.uba.ar

Resumen

La ponencia se desarrolla acerca de las resonancias entre las obras y los pensamientos de M. Heidegger y M. McLuhan, y se basa principalmente en “La pregunta por la técnica” de Heidegger y en *Comprendiendo los medios* de McLuhan.

Pueden ser remarcados en su contenido:

- la insuficiencia del pensamiento convencional acerca de las relaciones entre técnica y cultura;
- la importancia de la perspectiva histórica acerca del problema de la técnica y la cultura en diferentes épocas;
- ambos autores toman a sustancias naturales como fundamentos en sus análisis (electricidad y energía);
- ambos autores creen que ya hay un nuevo pensamiento para un nuevo mundo futuro.

Palabras claves: Técnica - Cultura - Heidegger - McLuhan - Modernidad

Abstract

The paper develops about the resonances between the work and the thinking of M. Heidegger and M. McLuhan and are principally based in Heidegger’s “The Question Concerning Technology” and in McLuhan’s *Understanding Media*.

Can be remarked about the contents:

- Insufficiency of conventional thinking about the relations between technique and culture.
- The importance of historical perspective on the problem of technique and culture at different periods.
- Both authors take natural substances like fundamentals to their analysis (electricity and energy).
- Both authors believe that there is a new thought for the world of the future.

Key-words: Technology - Culture - Heidegger - McLuhan - Modernity

Sobre las obras pertinentes de M. Heidegger

Posicionando a Heidegger dentro de la filosofía, podría afirmarse que desarrolla una hermenéutica de la facticidad (del “estar ahí”), lo que representaría su forma propia de entender la fenomenología hermenéutica. Ello implica diferenciarse del idealismo fenomenológico husserliano que da preeminencia al cogito cartesiano el que atribuye comprensión al ego consciente, estableciendo alternativamente una temporalidad ya no de la consciencia y del ego trascendente, sino por la captación de que: “el ser mismo es tiempo”, refiriendo con ello a Nietzsche como su antecesor filosófico.

Heidegger en su texto “La pregunta por la técnica” (1994) califica al trabajo ontológico necesario, para tratar con el problema especificado, como preguntar a los fines de dar cuenta de la técnica de un modo no técnico, y ello a través del esenciar o el experimentar fenomenológicos. Distinguiendo así este trabajo del pensar de otro trabajo, que es el de la perspectiva antropológica instrumental que ve a la técnica principalmente como medio funcional o de uso social, trabajo del que se señala no logra mostrar la esencia.

Para tratar con la cuestión planteada, Heidegger apela a la cuádruple causalidad filosófica proponiendo atender adecuadamente a su carácter unitario integrado, indicando que la tarea consiste en desocultar, colocando adelante, y haciendo “verdad” la representación de lo causal.

Partiendo de ello plantea el emplazamiento filosófico a la naturaleza para el desocultamiento de la técnica, lo que logrará también el ser participante (el hombre que desoculta a la vez su propia esencia) al impulsar esta relación con la técnica en relación con lo energético.

En otras obras de este mismo autor, también aquí referidas a través de comentarios al respecto, tales aspectos se despliegan y precisan de modos diferentes pero esclarecedores, lo que justifica su inserción en el presente trabajo.

La pregunta por la técnica (Heidegger op cit)

Preguntar por la técnica es esenciar, experimentar fenomenológicamente dando cuenta de un modo no técnico de la técnica, ya que para Heidegger la esencia de la técnica no es técnica.

Considerar a la técnica como medio funcional de claro uso social implica una perspectiva antropológico-instrumental que toma a la técnica como medio para fines y para el hacer, lo cual no es adecuado para mostrar la esencia de la técnica. Esta perspectiva también considera que el hombre tiene a la técnica en sus manos queriendo dominarla.

El problema ontológico de la técnica y causalidad (Heidegger op cit)

Ahora, suponiendo que lo instrumental no es un mero medio sino que tal posición implica algo efectuado, lo que involucra a la causalidad, remitiendo entonces tal cuestión a Aristóteles con sus cuatro causas: material, formal, final y eficiente. Justamente, la perspectiva antropológico-instrumental no integra las cuatro causas a las que Heidegger propone tomarlas con carácter unitario, integrador y múltiple, indicando que causa es aquello que es responsable.

Esto llevaría a producir la presencia, el estar adelante por el conjunto de las cuatro causas, o, lo que es lo mismo, el traer allí adelante desocultando.

Acepciones de verdad y esencia de la técnica (Heidegger op cit)

Hay diferencias esenciales entre las posibles acepciones griegas de verdad: la una como exactitud o, de otro modo, como adecuación de la representación a la cosa, y la otra como no-ocultamiento; esto marca a su vez la distinción entre la concepción antropológico-instrumental de la técnica y la concepción ontológica de la misma a la que se quiere llegar. Y esto último hace asimilable al desocultamiento con la esencia de la técnica, es decir que la técnica no sería un simple medio sino un modo de salir de lo oculto.

Hay un punto de distinción entre las técnicas anteriores y la técnica moderna, siendo ello un rasgo fundamental, y éste es la provocación que pone ante la naturaleza la exigencia de suministrar energía para extraerla y almacenarla. Ello involucra un emplazamiento que alumbra, expone pero además implica una optimización del gasto en el uso. Es notable el ejemplo del Río Rhin, en tanto emplazable para que suministre energía hidroeléctrica bajo obstrucción de su curso natural, el que también en caso contrario será parte de un paisaje emplazable en tanto lugar de uso para la industria turística.

Desocultar la esencia de la técnica (Heidegger op cit)

Heidegger hace equivalentes a las acciones de la técnica con las de pensarla, es decir que sacar a la luz, transformar, conmutar, distribuir, son maneras de sacar lo oculto.

Lo desocultado sin embargo también posee un estatuto históricamente nuevo, el de existencia, título de algo que puede ser solicitado y para lo que debe estar disponible (stock); ahora, este estatuto no implica que se muestre con él la esencia de la técnica, este estatuto releva al de simple objeto tratable en la diada sujeto-objeto.

Ge-stell y emplazamiento (Heidegger op cit)

Hay una cadena de emplazamientos sucesivos que constituye la sociedad industrial que provocan al hombre a solicitar, es decir, provocando conductas de solicitar sacar de lo oculto (voluntades).

Heidegger crea el término de Ge-stell como estructura de emplazamiento que coliga al emplazamiento con la provocación al hombre para que solicite existencias. Es notable que tal extraño término proviene de la denominación de un dispositivo técnico para guardar o clasificar, induciendo un equívoco ya intencionalmente previsto por Heidegger.

Ciencia y técnica (Heidegger op cit)

La ciencia moderna también comparte estos aspectos del emplazamiento para su consideración sobre la naturaleza; ello implica una interdependencia entre ciencia y técnica modernas la que se desarrolla dialécticamente desde el Siglo XVIII.

Al respecto se remite a un texto de Heisenberg que fundamenta la posible simultaneidad, que junto a la sucesión caracterizan la causalidad en el anuncio de las existencias que hay que asegurar.

El peligro de la técnica (Heidegger op cit)

La estructura de emplazamiento obstruye por sí el desocultamiento, pudiendo ocultar al propio aspecto del desocultar, quedando como peligro indicado la esencia de la técnica como el destino de hacer salir lo oculto, quedando comprometida la propia esencia del hombre. La estructura de emplazamiento es un modo destinal de hacer salir lo oculto.

El arte como forma de meditación sobre la técnica (Heidegger op cit)

Lo que salvaría de la efectución del peligro sería lo otorgante, que es lo que destina el hacer salir lo oculto y Heidegger coloca dicha posibilidad en el arte como región para la meditación esencial sobre la técnica, y en particular en la poesía.

La técnica y su historia (Heidegger 1993)

Heidegger señala que en la era industrial moderna pueden señalarse una primera y una segunda revoluciones técnicas que se extenderían: la una entre la técnica artesanal o manufactura y la técnica de máquinas caracterizadas por la automoción, y la otra entre esto último y una vigencia de la automática, determinada por la técnica de los reguladores y controladores, es decir, por la cibernética.

La técnica y su caracterización en la sociedad moderna - aspectos generales (Heidegger op cit)

Hace notar este autor que lo denominado como técnica no está suficientemente aclarado ya que podría significar el aparataje y maquinaria como objetos disponibles o como objetos en funcionamiento, además de las diferentes consideraciones sobre ellos como tomar su fabricación (o proyecto para fabricarlos) o como tomar en cuenta además la copertenencia de todo esto junto a los hombres que tienen relaciones de utilización o de vigilancia de su funcionamiento.

Señalando que la idea corriente sobre el particular plantea que la técnica moderna es un medio, es decir un instrumento humano, para la realización de objetivos de tipo industrial en el sentido más liso y llano, agregando en segundo término que la técnica moderna, consiste en una aplicación práctica, instrumental, de la ciencia de la naturaleza moderna. Como tercer término coloca a la técnica industrial sostenida en la ciencia moderna como una esfera especial dentro de la cultura moderna, agregando en cuarto lugar que la técnica moderna es consecuencia de un desarrollo continuo ascendente de la antigua técnica artesanal de acuerdo con las posibilidades de la civilización moderna, acotando por último la exigencia de control y dominio de la técnica por parte del hombre por ser algo producido por él.

La técnica y su caracterización en la sociedad moderna - lo antropológico instrumental (Heidegger op cit)

Heidegger atribuye a la técnica moderna la posibilidad de adquirir un carácter antropológico señalando que esta técnica se funda en la moderna ciencia de la naturaleza y que a esta ciencia se la entiende como actividad humana, así como se considera en un sentido más amplio y comprensivo a la cultura, quedando entonces la técnica como un capítulo particular de la misma. Y por tener la cultura a su vez como meta el desarrollo y la protección de la humanidad del hombre, de su *humanitas*, es que se plantea el debate sobre la contribución de la técnica al enriquecimiento de esa *humanitas*, o por el contrario, si la ponen en peligro o si la sumergen en la confusión. Aportando bases para el estudio de la técnica en función de la cul-

tura señala que estos planteos antropológicos implican el establecimiento de lo denominado momento instrumental.

El concepto utilitarista instrumental de la técnica (conjunto de los *instrumenta*, i.e utensilios y aparatos como medios, y técnica como medio en general) la considera como algo que el hombre maneja, algo de lo que el hombre hace uso, con la intención de obtener algún provecho, y esta idea permite tomar a la técnica como una forma histórica y socialmente unitaria permitiendo ello considerarla dentro del conjunto de su desarrollo y difusión.

Tal perspectiva antropológico-instrumental aúna al utensilio primitivo y al dispositivo sofisticado moderno estableciendo entre ellos una diferencia gradual sin cambio de carácter respecto de su instrumentalidad.

Pudiendo señalarse la corrección de tal perspectiva dentro de su ámbito de vigencia, ya que permite una tramitación social de los problemas que involucren a la técnica por su extendida difusión cultural lo que permite un discurso dominante eficaz para el uso y la explicación de los despliegues de la técnica.

La técnica y su caracterización en la sociedad moderna - técnica como conocimiento (Heidegger op cit)

Por ello, y en tanto se pretenda un dar cuenta esencial de la técnica, habrá que trasmutar las ideas corrientes al respecto para lograr ponernos a la vista lo que llamamos técnica moderna. Apelando, como es habitual y metodológico en Heidegger, al lenguaje tomando una postura para elucidar las cuestiones desde una genealogía de los sentidos del decir, recuerda que esta palabra en la lengua griega temprana significa lo mismo que episteme, es decir, estar al frente de algo, gobernarlo, manejarlo, entenderlo. La fuente etimológica *tékne* significa entenderse en algo, y en la fabricación o práctica de algo.

El rasgo fundamental del conocimiento griego es el abrir trayendo algo a luz, el hacer evidente aquello que está presente ahí delante, siendo ello lo mismo que decir que *tékne* no es un concepto concerniente al hacer, sino un concepto concerniente al saber. Y esto puede considerarse como principio de la época que llamamos Edad Moderna.

Heidegger plantea una importante digresión respecto de las relaciones entre ciencia y técnicas modernas haciendo notar que en el sentido de la idea antropológico-instrumental de la técnica moderna ésta puede considerarse una aplicación práctica de la ciencia moderna de la naturaleza y que tal consideración peca por insuficiente en tanto hay acuerdo en hablar de un "mutuo apoyo" en la relación entre ciencia de la naturaleza y técnica.

Tal "mutuo apoyo" implica que la técnica es codeterminante en el conocimiento ya que la técnica sólo puede serlo si lo más propio de ella es algo que tiene en sí carácter de conocimiento. El hecho de que ni la ciencia sea el fundamento exclusivo de la técnica, ni que tampoco la técnica sea sólo la aplicación de la ciencia, habilita una relación de reciprocidad entre ciencia natural y técnica que sólo puede darse estando ambas a un mismo nivel.

Partiendo de la frase de Max Planck, que expresó con una frase muy breve: "Es real lo que puede medirse", se plantearía la cuestión de cómo habría que proyectar de antemano la naturaleza como ámbito objetual de conocimiento para que los procesos naturales resultasen susceptibles de cálculo, y de ello se desprendería que sólo lo que ya de entrada resulta abordable en términos de cálculo puede considerarse ente, indicando lo imprescindible de la técnica en tanto ámbito que incluye a los dispositivos de medición que nutren de datos al cálculo para establecer los entes científicos

Ello parece sugerir la idea de que la ciencia moderna de la naturaleza, la actividad que describe la naturaleza obligándola a mostrarse en su objetualidad pasible de cálculo y medida, podría ser considerada una modalidad de la técnica moderna. Esto implicaría la inversión de la relación entre la ciencia de la naturaleza y la técnica ya que no sería la ciencia de la naturaleza la base de la técnica, sino que inversamente la técnica moderna sería la característica básica y sustentadora de la ciencia moderna de la naturaleza.

La técnica y su caracterización en la sociedad moderna - técnica y energía natural (Heidegger op cit)

Heidegger señala una sustancialidad de la naturaleza relacionada con la pretendida captación de la esencia de la técnica moderna, y ella es la energía natural que es exigida y que tiene que ver con el tema de la dominación técnica de la naturaleza, fenómeno fundamental de la técnica moderna de característica incontenible e ilimitada, pero que no obedece a términos humanos ya que el hombre no maneja las riendas de la técnica. Entonces queda la técnica como lugar de expresión de la pretensión de desafío a la naturaleza para la obtención de su energía, pretensión que queda más allá de lo humano en tanto afanes y planes posibles, es decir que lo más propio de la técnica es el algo que no está en poder del hombre.

Lenguaje y técnica moderna - información y poesía (Heidegger op cit)

Heidegger plantea las relaciones íntimas y determinantes entre técnica moderna y lenguaje (tanto el técnico como el natural del habla corriente) en tanto pertinencia con la temática de la dominación de la técnica.

La caracterización del lenguaje por parte de Heidegger atañe a considerar al habla como potencialidad y producción humanas por medio del empleo de sus instrumentos de fonación y del oído, expresando y participando con modos de pensar comprensibles por los demás, y para la referencia presentable de lo real y de lo irreal.

Critica Heidegger la consideración del lenguaje que lo equipara a información, reduciéndolo de tal modo a simple medio de intercambio y entendimiento. Es interesante el pensamiento relativo al propio entendimiento de la técnica a sí misma como medio, en función de que por ello el lenguaje puede interpretarse (técnicamente) como medio de comunicación y de transmisión de información.

Esta modalidad reducida de lenguaje preserva la escritura como sintaxis a la vez reducida a elementos pasibles de cálculo lógico (elementos binarios) unívocos como expresión lingüística, en función de la comunicación considerada como transmisión de información.

Plantea Heidegger que son las posibilidades técnicas las que deben prescribir lo considerado forma y carácter del lenguaje en ese respecto, es decir una producción formal de signos binarios sí/no en secuencias continuas, o que permite celeridad secuencial para las operaciones y para la transmisión de la información.

La poesía formada en el lenguaje natural no puede ser expresada por estos medios reductivos.

También previene contra el ataque que representa para el lenguaje estas modalidades técnicas contra lo que se considera más propio de él, es decir: el decir, el mostrar y el hacer aparecer lo presente, lo ausente y lo real.

Heidegger cita a N. Wiener quien plantea temas atinentes a los aspectos sociales de lo vital y de la educación en relación con la cibernética.

Pero a pesar de todo esto el lenguaje natural sigue estando a espaldas de sus reducciones técnicas, ya que es instancia de comprensión no unívoca de lo cultural.

El lenguaje natural efectúa su propia tradición por sí mismo haciendo de este modo que salga a la luz y verse lo todavía no visto, siendo ése el oficio del poeta.

El final de la filosofía entendida como hasta ahora y la cibernética (Heidegger 1999)

Heidegger inquiriendo acerca de qué es y cómo se determina en la presente época del mundo el asunto del pensar pretende que también ello implica decidir sobre el destino futuro del pensar. Presume entonces que el pensar en la forma en que hasta nuestra época viene

teniendo vigencia ha llegado a su final, pero ello implicaría a la filosofía y no al pensar en general.

Propone considerar que la nueva ciencia, que abarca a todas las ciencias con un nuevo sentido de unidad, se llama cibernética y anticipa que su poder está asegurado porque ella misma está controlada por un poder, que no sólo ha impuesto el carácter de la planificación y del control a todo el actuar humano.

Heidegger pretende que las representaciones conductoras de la cibernética, a saber: información, control y retroalimentación, han transformado los conceptos que dan sentido a las ciencias, como fundamento, conclusión, causa y efecto.

La cibernética puede preparar y producir la visión de procesos controlados en general. El poder que implica semejante productividad define a la técnica moderna, tiene impedida su representación.

El carácter técnico de las ciencias modernas de la naturaleza, es identificable por el modo instrumental en que se conciben las categorías de sus recintos temáticos. Tales categorías poseen el valor de modelos cuya verdad se mide por los efectos de su utilización científica. Justamente la verdad científica es asimilada a la eficiencia de estos efectos.

El final de la filosofía entendida como hasta ahora y el problema del objeto (Heidegger op cit)

A través de la historia de la filosofía se han transformado la experiencia y la interpretación de lo concebido como la presencia de lo presente.

De ese modo se puede afirmar que para el pensamiento griego ha quedado desconocida la presencia de los objetos en su objetualidad pues en ese caso no se daba nunca tal presencia como objeto. La presencia en el sentido de la objetivación para la filosofía, como pensable como lo presente potencial desde sí mismo, fue encontrado por el ejercicio del cogito cartesiano cuando también correlativamente aparece el yo del hombre como sujeto con el privilegio de estar objetivando. La subjetivación de aquí en adelante conforma el dominio dentro del cual se podrá constituir cualquier objetividad.

Mas en el presente moderno la presencia de lo presente también ha perdido el sentido de objetividad y objetualidad cartesianas. Lo presente se impone al hombre actual como lo que está siempre disponible. La presencia muestra el carácter de la disponibilidad de todo. Lo presente no se encuentra más en forma de objetos, en existencias disponibles tales como los stocks, que son pedidos de acuerdo a las planificaciones. Los stocks no tienen ninguna consistencia, como presencias constantes e invariables. El modo de hacerse presente de las

existencias es la disponibilidad de lo novedoso y perfeccionado sin pretensiones de que sea lo mejor.

Se torna disponible lo presente de esta manera no para los hombres individuales sino a partir de la relación de lo que hay de masivo y de mutuo intercambio en la sociedad industrial. Desde la sociología la sociedad industrial se piensa de acuerdo todavía a la subjetividad en el esquema sujeto-objeto. Pero la sociedad industrial no es ni sujeto, ni objeto. Negando la apariencia que da de su auto-nomía puesta por ella misma, ella es mucho más que eso, ya que se ha transformado también la anterior objetualidad de los objetos en simple disponibilidad de existencias.

La cibernética se mantiene involuntariamente subordinada a la descripta transformación de la presencia de lo presente, es por ello que debe ser tomada como característica del fin de la filosofía.

El final de la filosofía entendida como hasta ahora y el poder del hombre sobre la técnica (Heidegger op cit)

Los múltiples logros del desarrollo implacable de la técnica fomentan la apariencia de que el hombre es el señor de la técnica. Pero él también depende del poder que domina a todo el campo de la producción técnica y que determina a los hombres a ser utilizados. Pues el poder dominante en la presencia de lo presente necesita y utiliza al hombre. La situación de la presencia de lo presente se sustrae al campo visual del pensar filosófico.

Resonancias y contrapuntos Heidegger - McLuhan

Acerca de McLuhan (1996)

McLuhan explicita en su obra de referencia su propio modo de leer la realidad socio cultural, modo que surge de una actitud de búsqueda de principios de inteligibilidad en las relaciones del ser del hombre contemporáneo con la tecnología, dando a los medios técnicos estatuto de matriz cultural con efectos socio-psicológicos insoslayables. Este autor coloca como cabales antecedentes de su postura de lectura analítica al cubismo, a las lecturas socio-históricas de A. de Tocqueville y a la perspectiva que Shakespeare toma para entender la comunicación sensible, entre otros.

Sobre la historia

Ambos autores apelan a la historia para señalar las diferencias y evoluciones entre las épocas y sus relaciones con el lugar de la técnica.

McLuhan además nombra a las épocas respecto de sus técnicas relevantes (edad mecánica, edad eléctrica), tomando también numerosos hechos técnicos de alcance social en sus efectos, o representativos de un cambio (escritura, imprenta, alfabeto, cubismo, electricidad).

Heidegger apela a la historia para señalar el diferente lugar cultural del elemento técnico distinguiendo las concepciones objetuales en los griegos, en Descartes y en la era moderna.

Ambos autores refieren a la caducidad histórica actual de los pensamientos instituidos para tratar con los problemas de la técnica y la cultura, señalando a la cibernética (Heidegger) como nuevo modo de pensar que aportaría al relevo de la filosofía, o de cualquiera de sus disciplinas derivadas, como modo privilegiado de pensar.

También ambos autores reconocen que aún se está dando la coexistencia de modalidades de pensamiento de total vigencia pasada con los otros nuevos modos de pensar los medios, y la técnica en relación con la cultura.

Sobre el actual pensamiento sobre la técnica

Ambos autores toman a la palabra “medio” con sentidos que se aproximan relativamente según los temas tratados. Heidegger refiere a medios técnicos en principio como elementos instrumentales para efectuar algo (aunque critica tal perspectiva) y McLuhan como especificación tecnológica en general.

Ambos autores coinciden en que existe una inadecuación en el “sentido común” en que son tomados los temas de los medios técnicos en relación con la cultura.

Heidegger señala como inadecuado para mostrar la esencia de la técnica a la perspectiva antropológico-instrumental (i.e la descripción y alcances simplemente observables de los usos sociales de la técnica) y McLuhan indica que el tomar al medio técnico como simple y meramente contingente soporte de un contenido principal (supuesto como mensaje) no deja lugar para un pensamiento adecuado sobre la cuestión.

Sobre la técnica como modo de conocimiento de la realidad

Heidegger refiere a *Tékne* (fuente etimológica del término técnica) como aquello que significa conocimiento, y con ello quiere señalar la insuficiencia de la consideración instrumental de la técnica como mero medio de efectuación.

McLuhan claramente y en numerosas descripciones históricas también señala a la técnica como operadora conceptual para pensar realidades adecuadamente (gramáticas de la técnica en Napoleón y en Tocqueville y efectos culturales en tribus por uso de medios técnicos que los superan, cuestión que hace extensiva al presente occidental).

Acerca de ciertos operadores conceptuales

Heidegger acuña un término que representa al emplazamiento de la técnica sobre el hombre y la naturaleza que es la cuestión a enfrentar en la posibilidad de mostrar la esencia de la técnica, *Ge-stell*, que de modo intencionalmente paradójico remite a una instancia técnica de ubicación clasificada (estantería), justamente cuando se plantea que la esencia de la técnica no es técnica.

McLuhan a través de su crítica a la secuencialidad excluyente del pensamiento de la era mecánica y diferente al pensamiento moderno de los nuevos modos técnicos (que incluye la simultaneidad) puede inferirse que efectúa una crítica a la clasificación como modalidad de abordaje del tema de la técnica y la cultura.

También, por otra parte, ambos autores toman sendas sustancialidades naturales fundamentales para sus desarrollos, McLuhan la electricidad y Heidegger la energía.

Sobre posturas para la posible comprensión y meditación sobre la técnica

Tanto Heidegger como McLuhan refieren a obstrucciones para el posible pensamiento adecuado sobre la técnica.

Respecto de ello Heidegger señala a la perspectiva antropológico-instrumental de abordaje ingenuo de las aplicaciones tecnológicas, y McLuhan refiere al entumecimiento de las extensiones técnicas del hombre, lo que impide que sean pensadas.

Y en ambos casos los autores llaman la atención sobre el peligro de no abordar de modo adecuado y posiblemente eficaz al problema de la técnica en función de la magnitud de la importancia de lo puesto en juego (McLuhan pone el énfasis en el poder económico de los medios y Heidegger en que constituyen ya un nuevo pensamiento sobre la realidad, con lo que ello conlleva). Pero ambos autores concluyen coincidiendo sobre la importancia del arte como postura de meditación para la posible elucidación del problema.


Bibliografía

Heidegger, M. (1993) "Lenguaje tradicional y lenguaje técnico" en *El discurso filosófico de la modernidad*, Universidad de Valencia (Traducción de la conferencia del 18 de Julio de 1962 en la academia Comburg)

Heidegger, M. (1994) *La pregunta por la técnica*, Barcelona: Ed. del Serbal

Heidegger, M. (1999) *Para abordar la pregunta por la determinación del asunto del pensar*, Chile: Mapocho [Biblioteca Nacional Chile] Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, Nr.45 Primer Semestre de 1999, pp. 109-117. (Traducción de Zur Frage nach der Bestimmung der Sache des Denkens, conferencia del 30 de Octubre de 1965, Amriswil)

McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Bs As: Paidós (1ra edición en inglés 1964).



Mutaciones tecnológicas, formales y culturales: Apuntes para una epistemología de la tecnología

Sandra Valdetaro

Escuela de Comunicación Social. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Docente-
Investigadora de la UNR.
sandra@fcpolit.unr.edu.ar

Resumen

En este texto se presentan hipótesis de McLuhan y sus relaciones y derivaciones en otros autores, acerca de la íntima vinculación entre mutaciones tecnológicas, formales y culturales, a los fines de encarar el estudio de la vida social de los lenguajes y las tecnologías. Las generalizaciones mcluhanianas resultan sutilmente reconfiguradas en fragmentos específicos de “maneras de hacer” contribuyendo, con ello, a una comprensión más acabada de lo que llamamos “procesos de mediatización”.

Palabras claves: McLuhan - Debray - Lowe - Chartier - Ong - De Certeau

Abstract

This text presents McLuhan's hypotheses and their relationships and derivations to other authors about the close relations between technological, formal and cultural changes in order to study social life of languages and technologies. McLuhan's generalizations are reconfigured in specific social practices contributing thus to a more complete understanding of “processes of mediatization”.

Key-words: McLuhan - Debray - Lowe - Chartier - Ong - De Certeau

El propósito del presente texto es realizar una articulación entre una serie de autores a los fines de delimitar, desde una perspectiva histórico-epistemológica, las distintas configuraciones de las tecnologías de comunicación y su relación con los esquemas cognitivos y perceptivos. De manera general, podemos adelantar que en dichos autores -entre los cuales incluimos a Marshall McLuhan- se encuentran delineadas, a grandes rasgos, tres amplias etapas históricas que se presentan como: Oralidad; Escritura/Imprenta y Era Digital, cada una de las cuales presenta mutaciones en la percepción y el conocimiento relacionadas con la progresiva instalación de nuevas tecnologías.

I.

El planteo de Régis Debray, en *Vida y Muerte de la Imagen* (1994) e *Introducción a la mediología* (2001), de las tres edades de la mirada -Logosfera, Grafosfera, Videosfera- recuerda las etapas de McLuhan en relación con la delimitación de una posible historia de la relación entre tecnologías, conocimiento y percepción humana.

Aunque nombradas de distintos modos en su obra, las eras mcluhanianas se podrían denominar como sigue: Tribal o Pre-alfabética; Alfabética o Galaxia Gutenberg; Eléctrica o Electrónica. También Lowe, como McLuhan, categoriza las distintas épocas de la humanidad teniendo en cuenta tres factores: los medios de comunicación, la jerarquía de los sentidos por ellos implicada, y el orden epistémico derivado. Tal como lo presenta en su *Historia de la percepción burguesa* (1986), a la Edad Media corresponde la quirografía y la oralidad, con la supremacía del oído y el tacto por sobre la vista, y la anagogía como orden epistémico. El Renacimiento implica el paso de la quirografía a la tipografía, la supremacía de la vista, y la similitud como orden epistémico. La sociedad estamental consolida la tipografía y la vista y, epistemológicamente, la representación en el espacio. En la sociedad burguesa la tipografía es complementada por la fotografía, hay una extensión de la vista, y desarrollo en el tiempo desde el punto de vista epistémico. En el siglo XX se impone la electrónica, se produce una extrapolación de vista y sonido, y un modo de pensar sincrónico. Éste es, en síntesis, el desarrollo propuesto por Lowe (1986: 37 y stes.).

Siguiendo casi las mismas premisas, para Debray (1994: 178/179), la Logosfera se caracteriza por una vívida presencia de la imagen del Ídolo cuyo referente es de carácter trascendente, sobrenatural, en un contexto de tiempo cíclico signado por la Magia; en la Grafosfera, en cambio, la representación es ilusoria; la imagen se cosifica, adquiere carácter físico, exterior -es vista-, su referencia es lo real -la naturaleza- en un tiempo "histórico", lineal. Por último, la imagen de la Videosfera tiene carácter de percepción virtual, simulada y numérica, eléctrica, en el marco de un tiempo "técnico", puntual.

A la manera de McLuhan, Debray hace depender las “mediaesferas” de las características del canal material de transmisión. En el paso de la película química a la cinta magnética, de la foto y el cine al video, ubica Debray la emergencia de la Videosfera. No ya una imagen física, sino una señal eléctrica. Las propiedades técnicas del soporte video potencian una modificación de hondo alcance en los modos de percibir y conocer (Debray 1994: 232). La abolición de las distancias de todo orden que implica la retransmisión instantánea hace que, según el autor, “la logística de lo visible gobierne la lógica de lo vivido” (Ibidem: 233), con lo cual, según su propio argumento, en tanto las cosas están a la mano como simplemente vistas en su instantaneidad y ubicuidad, esto implicaría una descalificación creciente de la palabra o la mirada, ya que no se requeriría de un talento especial o un aprendizaje específico para acercarse a ellas. La Videosfera, entonces, entendida también como fin de la Modernidad, esto es, como culminación de la sociedad del espectáculo: las imágenes ya no discurren *ante* nuestros ojos, sino que estamos *en* ellas; no ya la contemplación distanciada, sino la inmersión sinestésica. Pero es, también, la culminación de un “milenario proceso de las sombras” (Ibidem: 238); la liberación de la imagen de su carga de ilusión (espejo, calco, sustituto), parece recuperar para la mirada los requisitos del saber platónico. Por lo demás, la mirada -en esta tercera edad, para Debray- es una modalidad de la escucha (Ibidem: 235), con lo cual cierra circularmente el mismo argumento mcluhaniano, sólo que para McLuhan la envolvente tactilidad sinestésica del entorno acústico de la era electrónica posibilita una mayor proyección y potenciación de nuestras capacidades cognitivas, una ampliación sin precedentes de nuestros horizontes perceptivos. Allí donde Debray ve un cierto retroceso, McLuhan -a la manera de Benjamin en su clásico ensayo sobre la obra de arte- vislumbra una ampliación del horizonte cognitivo y perceptivo.

A continuación presentamos un cuadro a partir del cual se pueden visualizar de una manera abreviada las distintas configuraciones histórico-epistemológicas de las tecnologías de la comunicación según las obras citadas de los siguientes autores: Lowe, McLuhan y Debray.

<u>Lowe</u>		
Medios de Comunicación	Jerarquía de los sentidos	Orden Epistémico
Edad Media: Quirografía prevalece sobre Oralidad	El oído y el tacto predominan sobre la vista.	Anagogía
Renacimiento: De la quirografía a la tipografía	Del oído y el tacto a la supremacía de la vista	Similitud
Sociedad estamental: Tipografía sobre quirografía y oralidad	Vista sobre oído/tacto	Representación en el espacio
Sociedad burguesa Tipografía complementada por la fotografía	Extensión de la vista	Desarrollo en el tiempo
Siglo XX Electrónica sobre tipografía	Extrapolación de vista/sonido	Sistema sincrónico

McLuhan		
Oralidad	Escritura	Era Electrónica
<p>COOL Mundo antiguo. Pensamiento griego hasta Sócrates y Platón. Tiempo circular. Pensamiento mítico. Conciencia evocadora, rítmica y repetitiva. Subjetividad: sinestesia. Épica homérica. Memoria como repetición, auditiva y evocativa, ritmo o cadencia.</p>	<p>HOT Alfabeto fónico (hace 2500 años). Pensamiento conceptual y abstracto. Secuencialidad discursiva, argumentativa. Lógica aristotélica. Filosofía occidental. Pensamiento científico. Linealidad / Objetividad: se separa la memoria del ámbito físico del hombre, se materializa en piedra, papel. Se aleja del sujeto. Imprenta: profundiza estas cualidades. Cada lector es un ciudadano. Escuela pública moderna: constitución de un mercado de lectores a través de la alfabetización de toda la sociedad. Adquisición de la cultura letrada: condición de posibilidad para la ciudadanía moderna. Razón iluminista: instituciones, escuela pública. Entente: ESCRITURA-IMPRESA-LIBRO-ESCUELA</p>	<p>COOL Siglo XX. Nuevos medios: Videoimagen ambiente cultural nuevo, entorno perceptivo nuevo. Vertiginosidad. Implicación sensorial. Representación inmediata. Memoria retiniana. Destemporalización. Simultaneidad. Actualidad. Sensación de presente continuo. Destotalización, fragmentación. Gramática no letrada. Sintaxis rota (literatura y música joven). Montaje y collage. Desreferencialización: pérdida de lo real como referente; las imágenes hablan de sí mismas. Multiperspectividad. Cultura rock: sentimientos vs palabras; sensación vs abstracciones; clima vs racionalidad. TV: sintaxis trunca, imágenes fugaces, zapping: una cultura joven: se diferencia un sector de la sociedad por edad, por generación. La lectura: otras relaciones con la información, una selva de signos, lectura expandida fuera del campo del libro, más dispersa, se leen otros textos, hábitos de consumo cultural. En conjunto: modificación de la percepción: vértigo/medios se extiende a toda la sociedad.</p>
McLuhan (sobre Oriente/Occidente)	Cultura Oriental	Cultura Occidental
	<p>COOL Intervalo. Oral. Intuitiva. SONIDO. Percepción oral. Carácter de campo: total y unificado.</p>	<p>Organizado visualmente. ESCRITURA: HOT Educación por medio de datos clasificados. Experiencia visual y racional. Occidente uniforme y continuo, en secuencia. VISIÓN percepción escrita. ERA ELECTRÓNICA: COOL Reconocimiento de pautas. Configuraciones. Circuitos. Vive mítica y profundamente. Educación como descubrimiento. Crisis de la escuela. Ambiente eléctrico.</p>

Debray		
<p>Logosfera ESCRITURA Idolo Desde la invención de la escritura hasta la imprenta. Tiempo inmóvil. Eternidad. Infinito inmovilizado de lo divino. <u>Escritura:</u> hace 4000 años. Imagen como escritura. Simbolismo cósmico ritualizado. Croquis sobre fragmentos de huesos, luego pictogramas y mitogramas. Fonación y grafía: par rostro/manos: articula sonidos y dibuja trazos, signos, graphem, dibujar y escribir. <u>Espacio de circulación</u> Ídolo autóctono. Vernacular. Suelo étnico. <u>Lengua materna</u> Griego. TEOLOGÍA. Mundo eslavo y greco-eslavo. Iglesia y teología ortodoxas. <u>En términos de mentalidad colectiva:</u> Transición de lo mágico a lo religioso. Teocracia. <u>Fabricante de imágenes:</u> Carisma que viene de lo alto. Piedad. Ídolo solemne. Intercesión. Celebrar y edificar. Trágico ídolo deificante: reflejar la eternidad. <u>Temporalidades internas en la fabricación:</u> Repetición. A través del canon o arquetipo. Objeto religioso con propósito político: objeto de CREENCIA. Misal. <u>Tipo de organización profesional:</u> Corporación. Artesano no autónomo. Convento. Universidad. Fidelidad: trabajo de repetición. Piedra/madera. <u>Imagen occidental:</u> PRESENCIA. El santo presente en efigie. SOBRENATURAL. <u>Posturas afectivas:</u> Temor. Arquetipo. Indicio. Fragmento de un objeto contiguo: fémur del santo. Ícono ortodoxo indicial. Propiedades milagrosas. Estatuaria. Indicio, física de los cuerpos, volumen modelado. <u>Imagen indicio.</u> FASCINA. Valor mágico. ASOMBRO. El más allá de lo visible. AURA.</p>	<p>Grafosfera IMPRENTA Arte Desde la imprenta a la TV color. Proceso lento. Muestra ya figuras en movimiento. <u>Espacio de circulación:</u> Occidental. Campesino pero circulante. Viaje. <u>Lengua materna:</u> Italiano. ESTÉTICA. Período propio de Occidente: Italia, Francia, Holanda, Alemania. <u>En términos de mentalidad colectiva:</u> Transición de lo teológico a lo histórico, de lo divino a lo humano. Pintura “en mitos”. Conjunto limitado de relatos colectivos. Androcracia <u>Fabricante de imágenes:</u> Viene de dentro. Genialidad. Serio. Ilusión. Observar e inventar. Heroica obra edificante: ganar la inmortalidad. <u>Temporalidades internas en la fabricación:</u> Tradicición. Modelo/enseñanza. Objeto de DELEITE. Arte autónomo con respecto a la religión, subordinado a política. Cuestión de GUSTO. Guía. <u>Tipo de organización profesional:</u> Academia. Atelier. Taller. Inspiración: trabajo de creación. Tela. Espejo, compás. Óptica, geometría. Renacimiento. Cámara oscura. Perspectiva. <u>Imagen occidental:</u> REPRESENTACIÓN. NATURALEZA. <u>Posturas afectivas:</u> Amor. Prototipo. Icono. Se parece a la cosa, retrato, obra. ----- Imagen icono. PLACER. Valor artístico. Es CONTEMPLADA. Mundo natural, a cada uno su aura.</p>	<p>Videosfera AUDIOVISUAL Lo Visual En rotación constante. Ritmo puro. Velocidad. <u>Espacio de circulación:</u> Mundial. Mundovisión. Difusión planetaria. <u>Lengua materna:</u> Americano. ECONOMÍA <u>En términos de mentalidad colectiva:</u> Persona puntual en el contexto global. Pintura “en código”. Materia prima: residuos anteriores. Tecnocracia. <u>Fabricante de imágenes:</u> Viene de fuera. Publicidad. Irónico. Experimentación. Desmitificar y desviar. Investigación mediática: constituir un acontecimiento. <u>Temporalidades internas en la fabricación:</u> Innovación. Ruptura. Escándalo. Objeto de EMBELESO o DISTRACCIÓN. La esfera económica decide el valor y la distribución. Capacidad de compra. <u>Chequera.</u> <u>Tipo de organización profesional:</u> Red. Factory. Iniciativa: trabajo de difusión. <u>Imagen occidental:</u> Desmaterialización de los soportes. Se fabrica sin tocar, por electrones superpuestos. Encolar, cortar informático (cola, tijeras). Prisa y estandarizar. <u>Posturas afectivas:</u> ESTIMULACIÓN. LO VIRTUAL. Interés. Estereotipos. Símbolo. No tiene relación analógica. Convencional, código. ----- Imagen símbolo DISTANCIA. Valor sociológico. Signo de status, por sí misma, la imagen es su propio referente. Búsqueda desesperada del indicio.</p>

<u>Medio estratégico (Proyección de potencia)</u> <i>La tierra</i>	<u>Medio estratégico (Proyección de potencia)</u> <i>El mar</i>	<u>Medio estratégico (Proyección de potencia)</u> <i>El espacio</i>
<u>Ideal de grupo (y deriva política)</u> <i>El uno</i> (ciudad, imperio, reino). Absolutismo.	<u>Ideal de grupo (y deriva política)</u> <i>Todos</i> (nación, pueblo, estado). Nacionalismo y totalitarismo.	<u>Ideal de grupo (y deriva política)</u> <i>Cada uno</i> (población, sociedad, mundo). Individualismo y anomia.
<u>Figura del tiempo (y vector)</u> <i>Círculo</i> (eterno, repetición). Arqueocentrado.	<u>Figura del tiempo (y vector)</u> <i>Línea</i> (historia, progreso). Futurocentrada.	<u>Figura del tiempo (y vector)</u> <i>Punto</i> (actualidad, acontecimiento). Autocentrado: culto al presente.
<u>Edad canónica</u> <i>El anciano</i>	<u>Edad canónica</u> <i>El adulto</i>	<u>Edad canónica</u> <i>El joven</i>
<u>Paradigma de atracción</u> <i>Mitos</i> (misterios, dogmas, epopeyas)	<u>Paradigma de atracción</u> <i>Logos</i> (utopías, sistemas, programas)	<u>Paradigma de atracción</u> <i>Imago</i> (afectos y fantasmas)
<u>Organon simbólico</u> <i>Religiones</i> (teología)	<u>Organon simbólico</u> <i>Sistemas</i> (ideologías)	<u>Organon simbólico</u> <i>Modelos</i> (iconologías)
<u>Clase espiritual (detentadora de lo sagrado social)</u> <i>Iglesia</i> (profetas y clérigos). Sacrosanto: el <i>Dogma</i> .	<u>Clase espiritual (detentadora de lo sagrado social)</u> <i>Intelligentia</i> laica (profesores y doctores). Sacrosanto: el <i>Conocimiento</i> .	<u>Clase espiritual (detentadora de lo sagrado social)</u> <i>Medios</i> laicos (difusores y productores). Sacrosanto: la <i>Información</i> .
<u>Referencia legítima</u> <i>Lo divino</i> (es preciso, es sagrado)	<u>Referencia legítima</u> <i>Lo ideal</i> (es preciso, es verdad)	<u>Referencia legítima</u> <i>Lo muy eficiente</i> .
<u>Motor de obediencia</u> <i>La fe</i> (fanatismo)	<u>Motor de obediencia</u> <i>La Ley</i> (dogmatismo)	
<u>Medio normal de influencia</u> <i>La predicación</i>	<u>Medio normal de influencia</u> <i>La publicación</i>	<u>Medio normal de influencia</u> <i>La aparición</i>
<u>Control de los flujos</u> <i>Eclesiástico indirecto</i> (sobre los emisores)	<u>Control de los flujos</u> <i>Político indirecto</i> (sobre los medios de emisión)	<u>Control de los flujos</u> <i>Económico directo</i> (sobre los mensajes)
<u>Estatuto del individuo</u> <i>Sujeto</i> (al que hay que mandar)	<u>Estatuto del individuo</u> <i>Ciudadano</i> (al que hay que convencer)	<u>Estatuto del individuo</u> <i>Consumidor</i> (al que hay que seducir)
<u>Mito de identificación</u> <i>El santo</i>	<u>Mito de identificación</u> <i>El héroe</i>	<u>Mito de identificación</u> <i>La star</i>
<u>Refrán de autoridad personal</u> <i>Dios me lo ha dicho</i> (verdadera como la palabra evangélica)	<u>Refrán de autoridad personal</u> <i>Lo he leído en un libro</i> (verdadero como una palabra impresa)	<u>Refrán de autoridad personal</u> <i>Lo he visto en la tele</i> (verdadero como una imagen en directo)

<u>Régimen de autoridad simbólica</u> Lo <i>invisible</i> (el origen) o lo inverificable.	<u>Régimen de autoridad simbólica</u> Lo <i>leible</i> (el fundamento) o la verdadera lógica.	<u>Régimen de autoridad simbólica</u> Lo <i>visible</i> (el acontecimiento) o lo verosímil.
<u>Unidad de dirección social</u> El uno simbólico: el <i>Rey</i> (principio dinástico)	<u>Unidad de dirección social</u> El uno teórico: el <i>Jefe</i> (principio ideológico)	<u>Unidad de dirección social</u> El uno aritmético: el <i>leader</i> (principio estadístico, sondeos, cuotas, audiencia)
<u>Centro de gravedad subjetivo</u> El <i>alma</i> (anima)	<u>Centro de gravedad subjetivo</u> La <i>conciencia</i> (animus)	<u>Centro de gravedad subjetivo</u> El <i>cuerpo</i> (sensorium)

II.

Creemos que resulta interesante articular este corpus de ideas -y, centralmente, la perspectiva mcluhaniana- de la tecnología como configuradora de ambientes, conocimientos, imaginarios y esquemas perceptivos, con otros desarrollos teóricos que contribuyen a especificar la modalidad específica de tales configuraciones.

La línea de análisis propuesta por Roger Chartier -tanto en *El orden de los libros* (1996b) como en *El mundo como representación* (1996^a)- plantea una serie de inversiones conceptuales que parecen pertinentes a tales efectos. Los motivos que se trabajan en ambos textos, aunque en algunos casos disímiles, apuntan sin embargo a una misma matriz teórico-metodológica. Lo que aparece esbozado en *El mundo como representación*, es retomado con un alcance más preciso -a nuestro modo de ver- en *El orden de los libros*.

En el "Prólogo" a *El orden de los libros*, Ricardo García Cárcel marca los conceptos teórico-metodológicos centrales en el análisis de Chartier. Ante todo, la idea de *representación* en el sentido de una "historia cultural de lo social" (no una "historia social de la cultura", como dice Chartier en la Introducción a *El mundo...*), que lleva a superar una serie de dicotomías, como objetividad/subjetividad, producción/consumo, culto/popular. Se aparta decididamente Chartier de las concepciones tradicionales sobre la cultura popular, proponiendo una dinámica cultural fluida, a través de conceptos como "configuración", "apropiación diversificada", "producción de sentido", etc., y siempre en relación con diversas necesidades.

Un tema central en su análisis es la dilucidación de la relación entre el libro como estructura física y la lectura en tanto legibilidad, el cual apunta a tomar en cuenta un "sentido de las formas" desde el punto de vista de la incidencia de los cambios en el formato, la presentación de

textos, la compaginación, la incorporación de imágenes, la dialéctica de los espacios blanco y negro, etc., sobre la lectura.

Con esta idea articula Chartier un concepto de “*lector viajero-nómada furtivo*” que toma directamente de las reflexiones de De Certeau.

En *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de Hacer* (1996), Michel De Certeau dedica el Capítulo XII a esta temática: “Leer: una cacería furtiva” (De Certeau 1996: 177/193). En dicho capítulo, De Certeau se aleja de toda concepción del consumo -y, por ende, del consumidor- como pasivo. Distanciándose del paradigma de la producción -y de la reproducción-, afirma:

“La eficacia de la producción implica la inercia del consumo. Produce la ideología del consumo-receptáculo. Efecto de una ideología de clase y de una ceguera técnica, esta leyenda es necesaria para el sistema que distingue y privilegia autores, pedagogos, revolucionarios, en una palabra «productores» con relación a los que no lo son. Al recusar el «consumo» como se ha concebido y (naturalmente) confirmado por medio de estas empresas de «autores», uno tiene la oportunidad de descubrir una actividad creadora allí donde el consumo ha sido negado, y de relativizar la exorbitante pretensión que tiene *una* producción (real pero particular) de hacer la historia al «informar» al conjunto del país” (Ibidem: 180).

Bajo el subtítulo “Una actividad desconocida: la lectura”, De Certeau ubica a la lectura como un aspecto fundamental del consumo:

“En una sociedad cada vez más escrita, organizada por el poder de modificar las cosas y de reformar las estructuras a partir de modelos escriturarios (científicos, económicos, políticos), transformada poco a poco en «textos» combinados (administrativos, urbanos, industriales, etc.), a menudo se puede sustituir el binomio producción-consumo con su equivalente y revelador general, el binomio escritura-lectura” (Ibidem: 180).

La división entre *construcción* y *recepción* no es en sí misma cuestionada -“...desgraciadamente, esta división del trabajo sólo resulta demasiado real”, dice DeCerteau (Ibidem: 181) - sino la identificación de la lectura con la pasividad:

“En efecto, leer es peregrinar en un sistema impuesto (el del texto, análogo al Orden construido de una ciudad o de un supermercado). Análisis recien-

tes muestran que «toda lectura modifica a su objeto» (cita a Michel Charles, *Rhétorique de la lecture*, París, Seuil, 1977, p. 83), que (Borges ya lo decía) «una literatura difiere de otra menos por el texto que por la forma en que se lee» (cita a Borges tomándolo de Gérard Genette, *Figures*, París, Seuil, 1966, p.123), y que finalmente un sistema de signos verbales o icónicos es una reserva de formas que esperan sus sentidos del lector. Si entonces «el libro es un efecto (una construcción) del lector» (nuevamente cita a Charles: 61), se debe considerar la operación de este último como una especie de *lectio*, producción propia del «lector» (De Certeau aclara en nota al pie que «lector era en la Edad Media un título de maestro»). Este último no pretende ni el sitio del autor ni un sitio de autor; inventa en los textos algo distinto de lo que era su «intención». Los separa de su origen (perdido o accesorio). Combina sus fragmentos y crea algo que desconoce en el espacio que organiza su capacidad de permitir una pluralidad indefinida de significaciones. Esta actividad «lectora» está reservada al crítico literario (siempre privilegiado por los estudios sobre la lectura), es decir otra vez a una categoría de intelectuales, o ¿puede extenderse a todo consumo cultural? Esa es la cuestión a la cual la historia, la sociología o la pedagogía escolar deberían aportar elementos de respuesta” (Ibidem: 182).

Si bien rescata al “dominio literario” -de Barthes a Jauss- donde encuentra “ya modelos teóricos susceptibles de dar cuenta” de esta actividad lectora, De Certau dice que, “a pesar de todo, la historia de los pasos del hombre a través de sus propios textos todavía permanece desconocida en gran medida” (Ibidem: 183)¹.

1. A los fines de aclarar y avanzar en la conceptualización de DeCerteau, reproducimos una serie de fragmentos:

“Si se trata del periódico o de Proust, el texto sólo tiene significación por sus lectores; cambia con ellos; se ordena según códigos de percepción que se le escapan. Sólo se vuelve texto en su relación con la exterioridad del lector, mediante un juego de implicaciones y de astucias entre dos tipos de «espera» combinados: el que organiza un *espacio legible* (una literalidad), y el que organiza un camino necesario hacia la *efectuación* de la obra (una lectura)” (Ibidem: 183)

“... los lectores son viajeros: circulan sobre las tierras del prójimo, nómadas que cazan furtivamente a través de los campos que no han escrito, que roban los bienes de Egipto para disfrutarlos. La escritura acumula, conserva, resiste el tiempo con el establecimiento de un lugar y multiplica su producción con el expansionismo de la reproducción. La lectura no está garantizada contra el deterioro del tiempo (se olvida de sí mismo y se le olvida); no conserva, o conserva mal, su experiencia, y a cada uno de los lugares donde pasa es repetición del paraíso perdido” (Ibidem: 187)

“En efecto, carece de lugar: Barthes lee a Proust en el texto de Stendhal; el televidente lee el paisaje de su infancia en el reportaje de actualidad. La televidente que dice de la emisión vista la víspera: «Era idiota y sin embargo ahí estaba yo», ¿qué lugar la cautivaba, qué era, y sin embargo no era, el que aparecía en la imagen vista? Y así es para el lector: su lugar no está *aquí* o *allá*, uno o el otro, pero tampoco ni lo uno ni lo otro, a la vez dentro y fuera, pierde uno y otro al mezclarlos, al asociar textos yacentes de los cuales él es el despertador y el huésped, pero nunca el propietario. Por esto, esquivaba la ley de cada texto en particular, lo mismo que

III.

Podemos encontrar en Chartier el intento de responder a ese reclamo de De Certeau: escribir "...la historia de los pasos del hombre a través de sus propios textos". En el capítulo 5 de *El mundo como representación*, "Introducción a una historia de las prácticas de lectura en la era moderna (siglos XVI-XVIII)" (2006ª: 107 y stes.), desarrolla Chartier las ideas que, como decíamos, aparecerán centralmente luego en *El orden de los libros*. Se podría considerar la siguiente cita como muestra de la tesis central que maneja el autor:

"... no hay texto fuera del apoyo que le da la lectura (o el hecho de escuchar) y

... no hay comprensión de un escrito, sea cual fuere, que no dependa de las formas en las que llega a su lector. De aquí surge la distinción entre dos conjuntos de dispositivos: los que señalan estrategias de escritura e intenciones

del autor y los que resultan de una decisión del editor o de obligaciones impuestas por el taller ... Los autores no escriben libros: escriben textos que luego se convierten en objetos impresos. La diferencia ... es justamente el espacio en el cual se construye el sentido" (2006ª: 111).

A los fines de sustentar esta tesis, cita y analiza, como principales figuras, las que corresponden, por un lado, a los textos que se mantienen estables en su letra y cuyas formas de impresión van cambiando; por otro lado, a las mutaciones de conjunto de la impresión entre los siglos XVI y XVIII (cuya principal característica es el triunfo de los blancos sobre los negros, con lo cual se consigue la aereación, la ventilación de la página por la multiplicación de los párrafos que rompen la continuidad ininterrumpida del texto -procedimiento típico del Renacimiento-, y la de los puntos y aparte, que hacen visible de manera inmediata, por los regresos al renglón, el orden del discurso) que suponen una nueva lectura de las mismas obras o de los mismos géneros, apareciendo ésta así sugerida por los nuevos editores. Se consigna, de este modo, la emergencia de una lectura que fragmenta los textos en unidades pequeñas y separadas, y una orientación que traduce por la articulación visual de la página el enfoque intelectual del argumento (Chartier 2006ª: 112). Este mismo desarrollo apunta a indicar, más

la del medio social" (Ibidem: 187).

"... en su nivel más elemental, la lectura se ha convertido desde hace tres siglos en una acción del ojo. Ya no está acompañada, como anteriormente, por el rumor de una articulación vocal ni por el movimiento de una manducación muscular. Leer sin pronunciar en voz alta o a media voz es una experiencia «moderna», desconocida durante miles de años. En otro tiempo, el lector interiorizaba el texto; hacía de su voz el cuerpo del otro; era su actor. Hoy, el texto ya no impone su ritmo al sujeto, ya no se manifiesta por medio de la voz del lector. Este retiro del cuerpo, condición de su autonomía, es un distanciamiento del texto. Es el *habeas corpus* para el lector" (Ibidem: 188/189).

adelante (Ibidem: 116), las diferencias entre una lectura donde la comprensión implica una *oralización*, y otra silenciosa y *visual*; entre una lectura *intensiva* y una lectura *extensiva*; entre la lectura de la intimidad y las lecturas colectivas.

IV.

Nos parece importante retener este momento de especial articulación entre las especificidades técnico-formales de los textos y los procesos de lectura, porque parece encontrarse aquí el origen de una lectura cuya actualización se basa ya -procedimiento típico en la prensa de masas- en la visualización de la totalidad de la página. Concretamente, nos parece posible pensar, a partir de estas modificaciones, en la emergencia de un proceso de conocimiento anclado en la imagen, que tiene que ver, directamente, con la lectura de textos escritos convertidos en materiales/objetos impresos.

Es la imprenta la tecnología que consolida este proceso ya anunciado por la escritura. En el marco de esta evolución, la imagen electrónica podría ubicarse como el último desarrollo del proceso de articulación de imágenes y textos escritos, proceso -como dijimos- consolidado a partir de la imprenta. Pero la gran transformación es de carácter formal, y la ruptura no se ubica en la imprenta, sino entre el códex y la imagen electrónica.

En el "Epílogo" de *El orden de los libros*, Chartier se ocupa del "universo de la comunicación telemática", donde "los textos ya no son prisioneros de su materialidad original" (Chartier 2006b: 90). Citamos:

"Si los textos se emancipan de la forma que los ha escoltado desde los primeros siglos de la era cristiana -a saber: el *codex*, el libro compuesto por cuadernos del que derivan todos los objetos impresos que nos son familiares-, en efecto, todas las operaciones que organizan la producción de la significación en el acto de lectura se hallarán modificadas. «Forms effect meanings», escribe D. F. McKenzie: debe entenderse la lección que alerta contra la ilusión que reduce equivocadamente los textos a su mero contenido semántico. Al pasar del *codex* a la pantalla, el «mismo» texto ya no es realmente el mismo, y ello porque los nuevos dispositivos formales que lo proponen a su lector modifican sus condiciones de recepción y de comprensión" (Ibidem: 91. Cita de D. F. McKenzie, *Bibliography and the sociology of texts*, The Panizzi Lectures 1985, Londres, The British Library, 1986, pág. 4).

La cuestión actual es, por tanto, no la de la desaparición de lo escrito, sino la de "la posible revolución de las formas de su diseminación y su apropiación" (Ibidem: 91).

Otro de los casos desarrollados por Chartier es el pasaje de un texto de una forma de edición a otra, que requiere transformaciones del texto mismo, y la constitución de un nuevo público. El ejemplo que analiza centralmente es el de la Biblioteca Azul (Chartier 2006^a: 113), discutiendo, entre otras, la categoría de “lo popular”. La llamada *lectura popular*, cuyas características tendrían que ver con la exigencia de puntos de referencia visibles (títulos anticipadores, resúmenes, grabados, secuencias breves y cerradas; lectura cortada, vacilante, distinta a la de las elites letradas), se presenta más como *reconocimiento* que como verdadero descubrimiento. Justamente es en estas particularidades formales donde reconoce Chartier el carácter popular de la Biblioteca Azul (Ibidem: 114 y Capítulo 9: 181 y stes.)

Los tres ejes (cfr. “Post-scriptum” en Ibidem) sobre los cuales basa Chartier su investigación son:

- 1) Se considera la *lectura silenciosa y visual* como una conquista progresiva de la cultura occidental, como una competencia específica poco a poco difundida (en los *scriptoria* monásticos de los siglos VIII y XI; en el mundo universitario y escolástico de los siglos XII y XIII; entre las aristocracias laicas, en la mitad del s. XIV). Por su parte, se constata la *lectura oralizada* como la práctica corriente de la Antigüedad y, durante la época moderna, una práctica corriente para los lectores menos letrados. Dicha lectura oralizada, en voz alta o baja, no implica la presencia del oyente; se la concibe como condición necesaria para la comprensión. Para la inmensa mayoría de los lectores antiguos, sólo la subvocalización del texto leído (su *ruminatio*) habría permitido la entrada en la cultura de lo escrito (Ibidem: 137. Cfr. contraejemplos en Ibidem: 139)²
- 2) Se considera la *lectura en voz alta* como la lectura implícita a la que apunta un gran número de obras y géneros literarios, entre los siglos XVI y XVIII, como la comedia humanista y sus derivados (*La Celestina*, que en su edición de 1500 incluye indicaciones sobre cómo leer la obra), la novela de caballería o sus parodias (*Quijote*), la pastoral, la poesía lírica, etc.
- 3) Se tratan a estas lecturas en voz alta en el Antiguo Régimen como una manera de cimentar *formas de sociabilidad* múltiples (conyugales, familiares, amistosas, mundanas, sabias, populares, etc.). Están en juego las modalidades de articulación entre *lo público y lo privado* y el nacimiento de una nueva definición de lo público, como esfera crítica (Ibidem: 138).

2. Asimismo, es interesante lo que apunta Chartier en relación a San Agustín/Ambrosio: parece que lo que encuentra excepcional San Agustín no es la puesta en acto de esa competencia, sino el uso del libro, privado y personal, sin oyente alguno. Cfr. en Ibidem:140.

A partir de la categoría de “indicio de oralidad” -tomada de Zumthor-, dice Chartier que de la Edad Media a la época moderna, varios de los textos literarios llevan las marcas de una *palabra lectora*. Aclara que:

“Por «indicio de oralidad» entiendo todo aquello que, dentro de un texto, nos informa sobre la intervención de la voz humana en su publicación: quiero decir, en la mutación por la que pasa el texto, una o varias veces, del estado virtual a la realidad, y a partir de entonces existe en la atestación de la memoria de un cierto número de individuos” (Ibidem: 140. Cita de P. Zumthor, *La lettre et la voix. De la Littérature Médiéval*, París, Editions du Seuil, 1987, p. 37).

También aclara el uso del par *oír/leer* o *escuchar/ver* para designar dos formas de relacionarse con el texto, dos formas posibles de su *actualización* (Ibidem: 140). En el libro copiado a mano, dicha fórmula evocaría el proceso mismo de la edición del texto, asegurado por su lectura en voz alta. En el libro impreso, remitiría a la división entre alfabetos -posibles lectores- y analfabetos -no conocen los textos más que por intermedio de una escucha- y en la práctica de la lectura en sociedad (Cfr. otros indicios de oralidad en Ibidem: 141). Por último, la lectura en voz alta no se borra con el desarrollo de la cultura de lo impreso. La “oral/aural culture” persiste y parece imponerse como hegemónica (En Ibidem: “oral/aural culture”: Término tomado de Ong, W., *Rhetoric, Romance and Technology*, Ithaca, Cornell University Press, 1971, p. 141).

V.

Un texto escrito no es sólo, entonces, escritura. Del mismo modo que una imagen electrónica no es sólo imagen. Las evocaciones acústicas están presentes desde temprano en el texto escrito, y son posibles gracias a los componentes icónicos e indiciales y a la organización de la página en blanco. Imagen, escritura y oralidad evocada, forman parte de la naturaleza de muchos géneros de libros. Walter Ong, en *Oralidad y Escritura. Tecnologías de la palabra*, se detiene en la especial imbricación entre lo escrito y lo oral:

“... en todos los maravillosos mundos que descubre la escritura, todavía les es inherente y en ellos vive la palabra hablada. Todos los textos escritos tienen que estar relacionados de alguna manera, directa o indirectamente, con el mundo del sonido, el ambiente natural del lenguaje, para transmitir sus significados. «Leer» un texto quiere decir convertirlo en sonidos, en voz alta o en la imaginación, sílaba por sílaba en la lectura lenta o a grandes rasgos en la rápida, acostumbrada en las culturas altamente tecnológicas. La escritura nunca puede prescindir de la oralidad. Adaptando un término empleado con propósitos un poco diferentes por Jurij Lotman, podemos llamar a la

escritura un «sistema secundario de modelado», que depende de un sistema primario anterior: la lengua hablada. La expresión oral es capaz de existir, y casi siempre ha existido, sin ninguna escritura en absoluto; empero, nunca ha habido escritura sin oralidad” (Ong 1993: 17/18).

Así también, en la cultura electrónica encontramos una materialidad múltiple de significantes: imagen fija y en movimiento, sonido, escritura. Nuevamente Ong aclara este punto:

“... llamo «oralidad primaria» a la oralidad de una cultura que carece de todo conocimiento de la escritura o de la impresión. Es «primaria» por contraste con la «oralidad secundaria» de la actual cultura de alta tecnología, en la cual se mantiene una nueva oralidad mediante el teléfono, la radio, la televisión y otros aparatos electrónicos que para su existencia y funcionamiento dependen de la escritura y la impresión. Hoy en día la cultura oral primaria casi no existe en sentido estricto puesto que toda cultura conoce la escritura y tiene alguna experiencia de sus efectos. No obstante, en grados variables muchas culturas y subculturas, aun en un ambiente altamente tecnológico, conservan gran parte del molde mental de la oralidad primaria” (Ibidem: 20).

Este molde mental de la oralidad primaria al que se refiere Ong tiene que ver con el pensamiento formulaico de las culturas orales primitivas. Creemos interesante detenernos por un momento en este punto. Tratando el tema de las culturas orales primarias a partir de la cuestión homérica, Ong dice que la condición de posibilidad de la poesía homérica fue la capacidad de la memoria. El conocimiento de la manera en que funcionaba la mnemotécnica de Homero se debe al siguiente descubrimiento de Milman Parry: “la dependencia en la selección de palabras y las formas de las palabras en la construcción del verso en hexámetro (compuesta oralmente)” (Ibidem: 28). Ong lo expresa de la siguiente manera:

“Virtualmente todo aspecto característico de la poesía homérica se debe a la economía que le impusieron los métodos orales de composición. Estos pueden reconstruirse mediante un análisis cuidadoso del verso mismo, una vez que se prescindiera de las suposiciones acerca de la expresión y los procesos de pensamiento, profundamente arraigados en la psique por muchas generaciones de cultura escrita” (Ibidem: 29).

Tal procedimiento remite a la utilización de materiales prefabricados, lugares comunes, fórmulas predecibles, incluso “las fórmulas unificadas se agrupaban alrededor de temas igualmente uniformes, tales como el consejo, la reunión del ejército, el desafío, el saqueo de los vencidos, el escudo del héroe, y así interminablemente” (Ibidem: 31). Tomando las ideas de Havelock en *Prefacio a Platón*, Ong dice que los griegos de los tiempos de Homero otorgaban gran importancia a los “lugares comunes” porque el pensamiento dependía de su constitución formularia. Sin su repetición constante, el conocimiento se perdía, o sea que dichos patrones formulaicos de pensamiento eran la base de la sabiduría, aunque para la época de Platón la escritura ya contaba con varios siglos de desarrollo³. Ong llama “fórmula, formulario y formulaico” a:

“... frases o expresiones fijas repetidas más o menos exactamente (como proverbios), en verso o en prosa, las cuales ... en la cultura oral tienen una función innegablemente más decisiva y penetrante que cualquiera que puedan desempeñar en una que conozca la escritura, la impresión o la electrónica” (Ibidem: 33).

La relación entre el conocimiento y el recordar es clara en las culturas orales; las fórmulas repetitivas como recursos mnemotécnicos forman la sustancia misma del pensamiento. Un pensamiento de este tipo puede caracterizarse como acumulativo, redundante, conservador, tradicionalista, agonístico, empático, situacional (Ibidem: 43/54). La memoria oral tiene un gran “componente somático”, se encuentra siempre relacionada con la actividad gestual, los ademanes, el ritmo corporal, etc; no puede desenvolverse sino involucrando al cuerpo.

Las diferencias con la escritura son evidentes. Aunque todo pensamiento, aun el de las culturas orales primarias, al dividir sus elementos en varios componentes, es en cierto sentido analítico, Ong dice que “sin embargo, el examen abstractamente explicativo, ordenador y consecutivo de fenómenos o verdades reconocidas resulta imposible sin la escritura y la lectura. Los seres humanos de las culturas orales primarias, aquellas que no conocen la escritura en ninguna forma, aprenden mucho, poseen y practican gran sabiduría, pero no *estudian*” (Ibidem: 18). Es por ello que ve a la escritura como la más radical de las tecnologías, ya que, según él, inicia lo que la imprenta y las computadoras sólo continúan: “... la reducción del sonido dinámico al espacio inmóvil; la separación de la palabra del presente vivo...” (Ibidem: 84). Esta distancia que aporta la escritura a la conciencia, distancia que es imprescindible a los fines de la comprensión y el entendimiento, es su distintivo, y lo hace como ninguna otra tecnología

3. Aunque para la época de Platón (427?-347 a.C.) ya habían los griegos interiorizado la escritura (luego de varios siglos de desarrollo -el alfabeto griego es del 720-700 a.C. aproximadamente-) Platón, según Havelock, se hallaba él mismo en un mundo intelectual nuevo, y por eso su conflicto con los poetas (En Ong Ibidem).

podría hacerlo. La imprenta, por su parte, profundiza este proceso de objetivación. Los tipos móviles que preexisten a las palabras significaron un avance decisivo en este proceso de distanciamiento (Ibidem: 118), aunque el proceso auditivo sigue estando presente, y, en muchos casos, dominando, al texto escrito.

VI.

Retomando el desarrollo de los planteos de Chartier, en el capítulo 1 de *El orden de los libros*, "Comunidades de Lectores", parte de la distinción de De Certeau (citada más arriba) entre lo escrito como lo conservador, lo fijo, lo durable; y las lecturas como lo efímero (Chartier 1996b: 23). En realidad, todo el capítulo remite a las indicaciones de De Certeau: tener en cuenta el juego de implicaciones y astucias entre dos tipos de expectativas combinadas: la que organiza un espacio *legible* (literalidad) y la que remite a la *ejecución* de la obra (una lectura); reflexionar sobre el proceso de *actualización* de los textos en el sentido de que sus significaciones dependen de las formas en que son recibidos y apropiados por sus lectores; con respecto a la historia de los modos de leer, considerar las distintas comunidades de lectores y las tradiciones de lectura, y constatar los contrastes entre competencias, normas y convenciones de lectura, expectativas e intereses, etc. En definitiva, situar las redes de prácticas y las reglas de lectura. Chartier marca entonces varios desplazamientos conceptuales con respecto a la historia del libro en su definición social y cuantitativa (que caracteriza las configuraciones culturales a partir de categorías de textos):

- 1) Reconocimiento de las distancias sociales en los distintos usos de materiales comunes -cómo los mismos textos pueden ser diversamente aprehendidos, manejados, comprendidos (ejemplo: la Biblioteca Azul)- (Ibidem: 28).
- 2) Reconstrucción de las redes de prácticas que organizan los modos, histórica y socialmente determinados, del acceso a los textos. La lectura no es sólo una operación abstracta de intelección (Ibidem: 29); es puesta en juego del cuerpo, inscripción en un espacio, relación consigo mismo y con los otros⁴.
- 3) No hay texto fuera de su soporte. No hay comprensión que no dependa de las formas. Relacionar entonces dos conjuntos de dispositivos: las estrategias de escritura e intenciones del autor, y las decisiones editoriales o imposiciones del taller (Ibidem: 30).

4. Cfr. con las maneras de leer que han desaparecido: la lectura en voz alta en su doble función: como comunicación y como forma de sociabilidad -lo privado, la intimidad familiar, las charlas de sobremesa, la convivencia letrada-, el lazo entre el texto y la voz; en los siglos XVI y XVII, la lectura implícita es una oralización; el lector, un oyente de la palabra leída (temas también desarrollados en *El mundo...*).

El punto de partida -la relación entre *texto, libro y lectura*-, que, en definitiva, remite a la relación entre “espacio legible” y “efectuación” (De Certeau) está presente en la totalidad del desarrollo de las ideas de Chartier. Vuelve a desarrollar aquí lo que considera la principal mutación de la impresión en los siglos XVI y XVII, el “triunfo de los blancos sobre los negros” (Ibidem: 31); el pasaje de una forma editorial a otra, que deriva en transformaciones del texto y en la constitución de un nuevo público (Biblioteca Azul) (Ibidem: 32) remarcando una vez más que su carácter popular hay que buscarlo en las particularidades formales y modificaciones que hacen los editores a las obras (Ibidem: 33).

También destaca, como lo hacía en *El mundo...*, las diferencias entre una lectura en que la comprensión supone una necesaria oralización en voz alta o baja, y otra posiblemente visual (De Certeau); entre lectura *intensiva* (pocos textos, reverencial, escucha, memoria) y una lectura *extensiva* (muchos textos, mínimo de sacralidad); y entre una lectura de la intimidad (en soledad, privada) y lecturas colectivas (en espacios comunitarios).

En síntesis, podemos decir que Chartier apunta a articular tres series de transformaciones:

- 1) Las revoluciones en las técnicas de reproducción de textos (de una “scribal culture” a una “print culture”).
- 2) Las mutaciones de las formas del libro (del libro en rollo, volumen, por cuadernos, códex, a los dispositivos visuales de la página impresa).
- 3) Los cambios en las competencias y los modos de lectura.

Articulación, entonces, entre mutaciones tecnológicas, formales y culturales (Ibidem: 36).

Por su parte, la actividad lectora supone:

- Tomar las comunidades de lectores como “interpretative communities” (refiere a Stanley Fish).
- Situar las maneras en que las formas materiales afectan al sentido.
- Localizar la diferencia social en las “prácticas” más que en las distribuciones estadísticas (Ibidem: 40).

VII.

Para concluir, queremos destacar que la productividad de las hipótesis de McLuhan y sus relaciones y derivaciones directas en otros autores, acerca de la íntima vinculación entre mutaciones tecnológicas, formales y culturales, encuentra una detallada especificación en las obras de autores como Chartier y De Certeau.

A pesar de pertenecer a distintas tradiciones teóricas, y de su circulación por itinerarios académicos disímiles, lo cierto es que se detecta un cierto estilo de familiaridad implícito en sus supuestos epistemológicos.

De este modo, y lejos de pretender un efecto de exhaustividad en los corpus acá retomados, creo que estos ejercicios de lecturas cruzadas constituyen un modo válido de encarar el estudio pormenorizado de la vida social de los lenguajes y las tecnologías, que hacen posible una descripción concreta del modo en que cada detalle de novedad en las formas es apropiado de una manera específica en el nivel de las prácticas sociales, públicas y privadas, derivando en consecuencias cognitivas, perceptivas e imaginarias también determinadas. Las generalizaciones mcluhanianas resultan, de este modo, sutilmente reconfiguradas en fragmentos específicos de “maneras de hacer” contribuyendo, con ello, a una comprensión más acabada de lo que llamamos “procesos de mediatización”.-

Bibliografía

Chartier, R. (1996^a) *El mundo como representación*, Barcelona: Gedisa. (Primera edición española: 1991) (Compilación de ensayos de la década del 80)

Chartier, R. (1996b) *El orden de los libros*, Barcelona: Gedisa. (Primera edición francesa: 1992).

De Certeau, M. (1996) *La invención de lo cotidiano 1. Artes de Hacer*, México: Universidad Iberoamericana. (Primera edición francesa: 1980) (Investigaciones realizadas durante la década de 1970 de las cuales se publican varios fragmentos en *Traverses* y *Esprit* entre 1975 y 1979).

Debray, R. (1994) *Vida y muerte de la imagen en Occidente*, Bs As: Paidós.

Debray, R. (2001) *Introducción a la mediología*, Barcelona: Paidós.

Lowe, D. (1986) *Historia de la percepción burguesa*, México: FCE.

McLuhan, M. (1966) *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México: Diana.

Ong, W. (1993) *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*, Bs As: FCE.

Cuando el contexto pide un lugar entre el medio y el mensaje

Soledad Ayala

(CONICET - UNR)

soleayala@yahoo.com.ar

Matías Ugarte

(UNR)

mugarte.unr@gmail.com

Resumen

El propósito de este escrito es reflexionar en torno a conceptos claves en la obra del pensador canadiense Marshall McLuhan, como son medio y mensaje, desde una perspectiva semiótica que, lejos de cuestionar la postura de la corriente mcluhiana frente a los medios, apunta a complementar la misma. De esta forma, se tratará de analizar cómo funciona una determinada noción de *media* teniendo en cuenta -y por qué no hipotetizando- posibles variantes en lo contextual-referencial-código, para, de esa forma, observar qué sucede en/con el mensaje. ¿Hasta qué punto es sostenible la idea de que el *mensaje* se halla en la diferente experiencia sensorial que genera el medio? ¿De qué manera puede transformarse una determinada acción en mensaje y cómo influye lo situacional en atribuir significados diferentes a ese mensaje? ¿Qué lugar ocupan las interpretaciones ante esas situaciones sociológicas variables? Estas son algunas preguntas que guiarán el presente artículo. Como caso ejemplo para nuestro trabajo se tomará la crisis desatada este 2011 en Egipto (en relación con su desencadenante en Túnez) y las protestas ciudadanas en pos de un cambio en el régimen gubernamental, por considerar ésta una situación con matices claros sobre las nociones que nos proponemos analizar y en la cual -y sobre todo- entraron en juego: "los nuevos medios sociales", "la revolución", "los nuevos discursos", "la interactividad digital", "lo virtual", entre otras cosas. Escribía hace unos 44 años McLuhan "... Guerras, revoluciones, levantamientos civiles son interfaces dentro de los nuevos ambientes creados por los medios informativos eléctricos."

Palabras claves: Medio - Mensaje - Contexto - Código - Semiosis - TICs

Abstract

The purpose of this paper is to reflect on some key concepts in the work of the Canadian philosopher Marshall McLuhan, such as medium and message, from a semiotic point of view which, far from questioning the mcluhanian position about the media, aims to complement it. According to this, the attempt is to analyze how a certain concept of media works regarding -why not hypothesizing- possible variations in contextual-reference-code to observe the behavior in/with the message. How sustainable is the idea that the message is in different sensory experiences generated by the media? How can a particular action become a message and how the situational influences on giving different meanings to that message? Where are the interpretations facing these different sociological situations? Here are some questions that will guide this article.

The Egyptian crisis in 2011 and their consequences in Tunisia and the public protests for a change in the regime will be taken as a leading case for the notions we pretend to analyze in this script: "the new social media", "revolution", "new discourse", "digital interactivity", "the virtual", among other concepts.

McLuhan wrote 44 years ago "... Wars, revolutions, civil riots are interfaces within the new environment created by the electrical media".

Key-words: Medium - Message - Context - Code - Semiosis - TICs

I. Introducción contextualizante

Retomar la obra de un autor como McLuhan en el centenario de su muerte, implica un desafío: poder entender sus postulados en el momento en que los escribió, pero también tener la capacidad -o al menos intentarlo- de repensarlos bajo la episteme de esta época. Implica intentar retomar la creatividad que en variadas coyunturas es dejada de lado y pensar de otra manera los procesos comunicacionales, sin que ello conduzca a dejar de ser serios en los análisis. Darle un lugar a otra forma del pensar.

El propósito de este escrito es reflexionar en torno a conceptos claves en la obra del pensador canadiense Marshall McLuhan, como son **medio y mensaje**, desde una perspectiva semiótica que, lejos de cuestionar la postura de la corriente mcluhaniana frente a los medios, apunta a ser un intento a complementar la misma. De esta forma, se tratará de analizar cómo funciona una determinada noción de *media* teniendo en cuenta -y por qué no hipotetizando- posibles variantes en lo **contextual-referencial-código**, para, de esa forma, observar qué sucede en/ con el mensaje.

¿Hasta qué punto es sostenible la idea de que el *mensaje* se halla en la diferente experiencia sensorial que genera el medio? ¿De qué manera puede transformarse una determinada acción en mensaje y cómo influye lo situacional en atribuir significados diferentes a ese mensaje? ¿Qué lugar ocupan las interpretaciones ante esas situaciones sociológicas variables? Estas son algunas preguntas que guiarán el presente artículo, producto de una escritura colectiva y motivado por un interés común: retomar ciertos aspectos de la obra mcluhaniana y reflexionar sobre ellos en otro punto en el tiempo, tiene como objeto principal recuperar el **contexto** y las **dimensiones de exterioridad** en el mentado análisis del medio y el mensaje. Contexto que no pasa desapercibido en la actualidad y que reclama un estudio minucioso.

Como caso de análisis para nuestro trabajo se tomará la crisis desatada a comienzos del 2011 en Egipto (en relación con su desencadenante en Túnez) y las protestas ciudadanas en pos de un cambio en el régimen gubernamental, por considerar a ésta una situación con matices claros sobre las nociones que nos proponemos analizar y en la cual -sobre todo- entraron en juego: "los nuevos medios sociales", "la revolución", "los nuevos discursos", "la interactividad digital", "lo virtual", entre otras cosas.

"... Guerras, revoluciones, levantamientos civiles son interfaces dentro de los nuevos ambientes creados por los medios informativos eléctricos", escribía hace unos 44 años McLuhan.

II. Caso y contexto: un análisis del medio y del mensaje

El 17 de diciembre del pasado año Mohamed Bouazizi, comerciante de fruta, decidía literalmente prenderse fuego en frente de los edificios del gobierno de Túnez. Según cifras actuales alrededor de un 70% de la población residente en los países que integran la Liga Árabe tiene menos de 30 años. Un comunicado de agencia de las Naciones Unidas manifiesta a mediados del 2010 que el desempleo juvenil estaba llegando a cifras preocupantes en todo el mundo y que se preveía una suba mayor para el 2011 (CRG). Un año antes, en 2009, el Banco Mundial advertía un aumento generalizado en el sector de alimentos, remarcando que 2 de cada 3 dólares ganados eran usados en la compra de comida en la población urbana pobre del mundo en desarrollo (Ibidem). Cables filtrados por Wikileaks evidencian el descontento de cientos de bloggers hacia el Gobierno de los Mubarak. La crisis que tuvo lugar en enero de este año en Egipto se transforma en el punto de partida para el análisis de otras múltiples ideas.

Los datos expuestos en el párrafo anterior pueden, a priori, no tener mucha relación entre sí e incluso generar en el lector dudas disímiles. Sin embargo, una segunda mirada sugeriría tomarlos como elementos propios de un determinado **contexto** o situación referencial o -en términos foucaultianos- episteme. Ese contexto es el mismo que, acordando con McLuhan, viene modificándose, entre otras cosas, por “la velocidad eléctrica” provocando que “las funciones sociales y políticas” se aglutinen y contraigan en una “implosión repentina que eleva la conciencia humana de la responsabilidad en un grado intenso. Es este factor implosivo el que afecta a la condición del negro, del adolescente y de ciertos otros grupos. Ya no pueden ser contenidos, en el sentido político de asociación limitada. Ahora están implicados en nuestras vidas, y nosotros en la suya, gracias a los medios eléctricos” (McLuhan 1964 (1996): 27).

Ahora bien, cabe preguntarse qué efecto tiene eso denominado contexto (con variables históricas, sociales, económicas, políticas, culturales, etc.) sobre el mensaje y sobre el medio o, mejor, sobre un determinado mensaje y sobre un medio específico. En otras palabras, dadas las condiciones actuales, el medio también se transforma en algo que debe ser analizado dentro de las variables contextuales: momento histórico de su aparición, distribución socio-geográfica, lugar que ocupa en el mapa de medios, y su alcance en relación a la cantidad y características de los mismos receptores (¿audiencias? ¿usuarios? ¿público?) del mensaje, etc. Asimismo, y en otro orden, esta última aclaración comienza a develar una suerte de interferencia conceptual en torno a las nociones de medio y mensaje. Deteniéndonos en este punto, McLuhan explica que “... en una cultura como la nuestra [...] operativa y prácticamente, el medio es el mensaje” (McLuhan 1964 (1996): 29), en tanto que “el «mensaje» de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala, ritmo o patrones que introduce en los asuntos humanos”. Dicho así de simple, simple se vuelve también cualquier explicación acerca de determinados fenómenos (quiebres) sociales: *Google y Twitter conectan a Egipto* (Milenio.com), *How Egyptians Used Twitter During the January Crisis* (Mashable.com), *Egypt, Twitter, and*

the rise of the watchdog crowd (CNT news), *Facebook se dispara en Egipto* (elespectador.com), *Los hijos de Facebook desencadenaron el cambio* (Clarín.com). Títulos como éstos dan cuenta de cómo es reducido un acontecimiento a la inmediatez, dejándose a un costado elementos que conforman un universo de imbricaciones complejas.

De esta forma, y por estos métodos, no fueron pocos los periodistas, bloggers e incluso académicos que utilizaron la figura de McLuhan concentrada en su frase “el medio es el mensaje” como argumento de autoridad a fin de tratar de explicar una serie de revueltas en las que intervinieron jóvenes, fuerzas militares, funcionarios políticos, medios de comunicación, la opinión pública y especialistas de distintas ramas. La hipótesis era en casi todos los casos similar: **The social network is revolution**, en clara analogía sintagmática a **the medium is the message**.

Para el pensador canadiense “el medio es el mensaje porque es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos”. Es claro que una de las ideas centrales de los trabajos de McLuhan radica en la capacidad o influencia que poseen los medios sobre aquello que denomina mensaje. Esta diferenciación entre, lo que podríamos llamar forma y contenido, no deja en claro, sin embargo, a qué se hace referencia con el concepto de “medio” y a qué con el de “mensaje”. Las explicaciones son variadas: desde medio como tecnología de comunicación (aunque McLuhan diferencia el medio del soporte) hasta medio como sistema de naturaleza (Roncallo 2009: 364); y desde mensaje como contenido, hasta mensaje como patrones culturales o revoluciones. Si medio y soporte pueden ser puestos en tela de juicio, ¿cómo identificar el medio hoy y su correspondiente mensaje? ¿Son los diversos blogs existentes en diferentes idiomas? ¿Son las redes sociales? ¿Son los sitios on line de las grandes cadenas periodísticas televisivas y de la prensa gráfica? ¿Son los espacios de interacción dedicados a la intervención de los usuarios? O ¿Es la web que los aglutina a todos? ¿Cómo reconocer su mensaje dentro de la diversidad de opciones que se presentan hoy en día en las interfaces? ¿Son los íconos característicos del sitio? ¿Es acaso el vínculo que se forma entre los diversos tipos de imágenes -audiovisual y fotografías- con el contenido escritural subido al sitio? ¿Es el idioma como elemento distintivo e identificador de un contexto específico en el que se encuentra el medio? ¿Son los efectos (¿esperados, deseados, imprevistos?) que se generan a través de la lectura de los contenidos allí publicados y las posteriores interconexiones entre los usuarios? ¿Son las interacciones que tienen lugar fuera de la pantalla? O ¿es simplemente la información allí publicada?

Más allá de estas cuestiones teóricas y los disparadores de las anteriores interrogaciones, vemos importante repensar algunos puntos referidos a la importancia de factores que no son tan notorios una vez desatadas las revoluciones y que corresponden a “niveles de situación”, los mismos a su vez atravesados entre otras cosas por códigos (configurados espaciotemporalmente), a través de los que se generan determinados *sentidos* (o semiosis) de una *realidad*. En dichos “niveles de situación” entran en juego modos de lecturas, textualizaciones (o tex-

tos), organizaciones simbólicas, estructuras sociales, etc.; las cuales funcionan como variables de un determinado conjunto de relaciones responsables de unir prácticas discursivas que dan lugar a configuraciones epistemológicas y sistemas formalizados (ver Foucault 1970: 323), permitiendo, por otro lado, conocer los sustratos propios de los indistintos mensajes. Vale así preguntarse: ¿acaso la significación generada por la autoflagelación de Mohamed Bouazizi, y su posterior muerte, hubiese sido la misma en, por ejemplo, Argentina, España o China? Ante esta interpelación, algunos autores y periodistas, que indicaron a las redes sociales -principalmente Facebook y Twitter- como espacios fundadores de las crisis en Medio Oriente, estarían obligados a sostener que “sí”, puesto que esos mismos espacios de intercambio sociovirtual también existen y son utilizados masivamente en nuestro país, España y China.

La idea “el medio es el mensaje” suele ser tomada como patrón único de estudio y razonamiento por el hecho, entre otras cosas, de seguir considerando que las TICs conforman, mediante la conectividad, una –única- “aldea global”, desde donde parecerían emerger patrones estandarizados, posibilitando un imaginario *de instantes* en continua *mediación*. Sin embargo, *el contexto pide un lugar entre el medio y el mensaje*: Egipto no es igual a España, China¹ o nuestro país. Las condiciones sociales, culturales y políticas son propias de cada lugar. La idea de estandarización se quiebra en el preciso instante en el que se reconocen características particulares materiales y técnicas del soporte en cuestión. En este punto, y desde el más arraigado determinismo tecnológico, algunos se verían tentados a pensar que la obra de McLuhan expone los efectos de los nuevos medios sin tener en consideración el contexto o lugar en el que se introdujera. Al respecto dice McLuhan: “... *los efectos de la aparición de la imagen televisiva variarán de una cultura a otra de acuerdo con las relaciones existentes entre los sentidos en cada cultura* (McLuhan 1964 (1996): 65). El contexto está presente en la obra del canadiense ¿por qué entonces esa insistencia en dejarlo a un lado en los estudios actuales sobre tecnología, medios y mensajes de los mismos? Coincidimos con Scolari cuando plantea que se debe retomar la lectura del autor en su misma clave, y reflexionarla en torno a las condiciones actuales.

En las páginas siguientes se intentará, desde disciplinas afines a los estudios del lenguaje, la sociología y la semiótica, poner el foco sobre determinados tópicos que son trabajados en la obra de McLuhan, pero que diferentes -y hasta en algunos casos fundamentalistas- lecturas llevan a pensar casi linealmente en pos de un determinismo tecnológico, algo que en verdad escapa a la obra de uno de los fundadores de los estudios de medios.

1. ¿Qué observación mcluhiana se podría hacer de los conflictos protagonizados por el gobierno de China y Google? El primero hablando de tradiciones culturales y costumbres (ver <http://www.libertaddigital.com/internet/china-dice-que-google-debe-respetar-las-tradiciones-y-costumbres-del-publico-chino-1276381907/>) y el segundo exponiendo argumentos entorno a la libertad de expresión e información (ver <http://www.sip.gob.mx/noticias-sobre-internet/539-google-vs-china-batalla-por-la-libertad>)

En su *Crítica de la información*, dice Lash: “Decir que el medio es el mensaje es decir que la tecnología es el contenido. Pero no se trata de un determinismo tecnológico, porque McLuhan impugna la causación lineal y con ello toda clase de determinismos. La causación lineal corresponde a la era de Gutenberg y el alfabeto fonético. Cuando la tecnología y los medios son extensiones del sistema nervioso central, la causación lineal es abandonada en beneficio de un mundo aplanado e inmanente” (Lash 2005: 298).

III. El grado de lo textual

Lo que es entendido comúnmente por *contexto*², rara vez está ligado a la noción de *texto*³, más allá de que este último lexema forme parte del término en cuestión. Greimas y Courtés (1882) explican que el contexto puede ser de dos tipos, que a su vez mantienen relaciones: a) – explícito o lingüístico y/o, b) – implícito o extra lingüístico o situacional. Sin entrar en detalles teóricos específicos, puede decirse que el primer tipo hace referencia a una lengua (o código particular) que produce determinado texto, en tanto que en el segundo tipo, la producción textual está a cargo de factores semióticos correspondientes al mundo natural. De esta forma, la aparición o, mejor, construcción de significados está ligada a estas cuestiones que, en una segunda instancia, son las que activan los procesos semióticos.

De esta manera, las revueltas en Medio Oriente aparecen compuestas por un complejo entramado de semiosis y paquetes textuales que encierran, en otro nivel, tipos de re-codificaciones. Así, por ejemplo, el acontecimiento protagonizado por el joven Bouazizi en Túnez genera un texto (que puede entenderse, o no, como mensaje “inicial”) que será interpretado de manera desigual por “lectores” inmersos en disímiles códigos, que a su vez están atravesados por **factores contextuales** como pueden ser una situación de hambruna, desocupación generalizada (factores contextuales económicos), estado de violencia, enfrentamientos civiles (factores contextuales sociales), creencias arraigadas, leyes supranaturales (factores contextuales religiosos), etc. De lo que estamos hablando en este punto es de lo que Parret llama contexto existencial y situacional: “Mientras que el contexto existencial -los objetos, estados o acontecimientos indicializados del mundo real y/o de los mundos posibles se expresan por medio

2. Es importante subrayar que al referimos al contexto lo hacemos como analogía de lo que algunos autores llaman ‘situación social’, y no como “algo que construyen los participantes como representación mental” (Van Dijk 2001).

3. Normalmente, el concepto de texto está relacionado a un acto verbal y, por tal, su estudio se correspondería a una metodología lingüística. Sin embargo, desde una perspectiva semiótica el “texto” va más allá de esa concepción, puesto que es considerado como una construcción sígnica compleja. Halliday remarca que “El concepto de texto carece de connotaciones de dimensión; puede referirse al acto verbal, al suceso verbal, a la unidad temática, al intercambio, al episodio, a la narrativa y así sucesivamente” (M. A. K. Halliday; 1982, p. 83).

de las expresiones semióticas, los conceptos situacionales ofrecen factores que determinan parcialmente su significado. Las situaciones como contexto son una clase amplia y genérica de determinantes sociales y sociológicas [...] estas determinantes forman principalmente las propiedades conversacionales de grandes unidades de texto..." (Parret 1983 (1993): 145).

Volviendo a nuestros *factores contextuales*, la pregunta que estamos obligados a hacernos es: si esa desocupación generalizada y estado de violencia que vivía Túnez, Egipto y gran parte de Medio Oriente -sumado a, entre otras cosas, la continuidad de regímenes de poder que se perpetúan mediante métodos no-democráticos- hubiese sido una "realidad" inversamente proporcional (*contexto*), ¿hubiera, la autoflagelación del comerciante de fruta tunecino (*mensaje*), desencadenado terrible estado de convulsión social (*texto*)? De trasladarse ese acontecimiento a otro contexto ¿cuál habría sido la construcción textual o textualización del mismo y qué interpretaciones podrían haber surgido en los lecto-receptores de una comunidad diferente?

A esto cualquiera podría esgrimir varios argumentos, pero quizá el más razonable sea el que diga que la situación que llevó a Mohamed Bouazizi a prenderse fuego, difícilmente habría gestado la misma conducta en el joven si este se encontraba en otro contexto, atravesado por otros códigos. Salvando las distancias, cuando un ex combatiente de Malvinas amenazaba el pasado jueves 10 de marzo con clavarse un cuchillo frente al Congreso de la Nacional e incluso se realizó varios cortes en su cuerpo, todo esto ante la imposibilidad de ser atendido por el Ministro del Interior, Florencio Randazzo⁴, pocos fueron los que, movidos por la curiosidad, se dirigieron hasta el lugar a ver qué sucedida. Más aún, la noticia tuvo en los grandes medios el relevamiento de un choque en Panamericana, cuando en las redes sociales -sobre todo en Twitter- se exponía un gran número de comentarios. Dice Eco: "La variabilidad de las interpretaciones es la ley constante de las comunicaciones de masas. Los mensajes parten de la fuente y llegan a situaciones sociológicas diferenciadas, donde actúan códigos diferentes⁵" (Eco 1999: 80).

Ni Twitter ni Facebook derrocaron a Hosni Mubarak (82), quien gobernara Egipto desde 1981. Bouazizi difícilmente haya pensado en Twitter antes de quemar su cuerpo. Más allá de esto y acordando con Jenkins en que vivimos en una "cultura de la convergencia, donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles"; sería absurdo objetar que esta cultura de la convergencia no pone de manera

4. Ver: <http://www.diariouno.com.ar/contenidos/2011/03/10/Un-ex-combatiente-de-Malvinas-amenazo-con-clavarse-un-cuchillo-en-el-pecho-frente-al-Congreso-0026.html> | <http://www.elintransigente.com/notas/2011/3/11/combatiente-malvinas-amenazo-suicidarse-frente-congreso-74776.asp>

5. Umberto Eco definirá al código como un "sistema de probabilidad prefijado y sólo en base al código podemos determinar si los elementos del mensaje son intencionales (establecidos por la fuente) o consecuencia del ruido" (Eco 1999: 78).

simple a los medios como máximos exponentes de lo que ocurre en las sociedades sino que los ubica como un elemento que, posiblemente potencia (y *no genera*) determinados acontecimientos.

IV. Contexto, twits y sujetos políticos

Volviendo a la idea de determinismo tecnológico, vemos que la misma queda caduca ante la aparición y registro de factores de diferentes índoles. *"Internet, pieza clave en Egipto, ¿debe ser un derecho humano?"*, es el titular de una nota on line de CNN México que comienza preguntándose *"¿Estamos en la era de las revoluciones de internet, en las que **Facebook, Twitter y los mensajes de texto** son ingredientes esenciales para el cambio democrático?"* La interpelación al principio del artículo desglosa paulatinamente diversos aspectos del asunto: la diferenciación entre las causas de los activistas con las herramientas mediáticas, la tarea de descifrar el papel de Internet y eventos de esta raigambre, y si la prohibición de acceso a la web, ante condiciones como éstas, puede ser considerada como una violación a un derecho humano. Y párrafos más abajo, se denota fácilmente una reivindicación de las condiciones históricas, sociales, culturales y políticas que actúan en Egipto: *"David Kravets, de Wired, informó que los egipcios están publicitando protestas con los anticuados panfletos a falta de internet: "... **No con fundan las herramientas con las causas de raíz, o los fines con los medios. Las protestas en Túnez, Egipto y Yemen son contra dictadores que han estado en el poder y limitado a su gente desde hace décadas. Esto es combustible para el motor del disidente. La docena de protestantes que se autoinmolaron en Egipto no lo hicieron por los twits, sino por los años de represión y dictaduras'. Las revoluciones existieron antes de Twitter y Facebook'***, dijo Issandr el-Amrani, escritor y activista del Cairo, vía telefónica desde Túnez. *'No es más complicado que esto' (...)* **"Sólo una cuarta parte de la población egipcia está en línea, según los cálculos de el-Amrani. Las protestas en las calles han crecido de forma anticuada, con panfletos y reuniones espontáneas"** (CNN México, 3/2/2011). Sólo una cuarta parte. Dato estadístico que, sumado a que esa fracción es ocupada mayoritariamente por jóvenes, nos permite repreguntarnos acerca de la importancia del acceso a los medios en torno a la relevancia del mensaje que comunican, del lugar del contexto, y del rol de la web en procesos históricos revolucionarios.

Irónicamente, esa cuarta parte además pareciera tornarse más relevante de lo que el mero número esboza. *"La grave crisis de Egipto: cortaron Internet y los celulares. A horas de una nueva jornada de protestas, quedaron interrumpidos servicios telefónicos e Internet. Denuncian que esta nueva mordaza es para evitar una comunicación entre periodistas, manifestantes y ciudadanos. (...)* Ninguno de los más importantes proveedores de internet en El Cairo funcionan,

ni equipos fijos ni en teléfonos móviles, según pudo comprobar Efe. Se desconoce oficialmente qué fue lo que pudo causar la interrupción, pero se produce después de que importantes enlaces de redes sociales, como facebook y twitter, quedaran bloqueados en las últimas horas, según denuncias de organismos de derechos humanos” (Contexto.com.ar, 28/1/2011).

El mensaje del medio es más potente de lo que se imagina. La importancia del contexto es que se escudriña en el cuerpo mismo del mensaje del medio. El contexto toma su forma, repercute en acciones, se hace cuerpo, se multiplica, se hace imposible pararlo, es una reacción en cadena. Un tweet pasó a multiplicarse en cantidades inesperadas. El pequeño número de conexiones a la web, es un mínimo porcentaje que se transforma en gigantesco al propagarse y proliferarse las opciones de llegada. Las implicancias de la recepción de los mensajes es una punta crucial del análisis. No importaba si era la cuarta parte, o aún menor. Importaba la posibilidad de reproducción infinita, ilimitada, incontrolable, de reproductibilidad de esos mensajes, de su potencialidad misma, de sus alcances, de sus lógicas. ¿Qué mecanismos implementar para manejar los efectos imprevisibles de unas simples herramientas mediáticas en lo contextual? Las prácticas políticas, los sujetos, los ciudadanos no pre-existen a los sucesos, se construyen, se tejen, adquieren su forma en el mismo momento en tramas históricas y culturales. El lugar de las redes sociales en los eventos políticos, del medio, de su mensaje, debe ser analizado teniendo en cuenta otros múltiples factores. Lo contextual ocupa un lugar central.

“Egipto: multan a Mubarak en U\$S 34 millones por bloquear Internet. Es por haber ordenado el bloqueo de los servicios de Internet y de telefonía móvil durante las protestas contra su gobierno ocurridas en el mes enero. El ex presidente egipcio Hosni Mubarak fue condenado hoy a pagar una multa de 200 millones de libras egipcias (34 millones de dólares) por haber ordenado el bloqueo de los servicios de Internet y telefonía móvil durante las protestas contra su gobierno sucedidas en el mes enero. En esa oportunidad, las autoridades egipcias bloquearon todas las comunicaciones con internet y algunas de telefonía celular con el objetivo de impedir la difusión de los llamamientos a manifestarse. Un tribunal administrativo en El Cairo juzgó hoy que se trataba de una medida ilegal que “causó daños a la economía nacional” (lavoz.com.ar, 28/5/2011). ¿Motores políticos o económicos los que definieron el pago de la multa? La razón principal no estuvo regida por causas relativas a los derechos humanos, políticas, o democráticas. La preocupación principal del tribunal no se expidió teniendo en cuenta los derechos civiles de los ciudadanos. Fueron las condiciones de posibilidad de cambio político el motor decisivo para ordenar el corte de las telecomunicaciones y de bloquear el acceso de ciertos sitios. El cambio político, la multiplicación de ideas, la condición humana, fue lo que intervino primeramente para cortar los medios de comunicación. Pero fue el mercado el que hizo valer su peso. Pasó facturas por las pérdidas acaecidas.

Si el acceso a Internet se está pensando como un derecho humano, ¿cómo hacerlo valer como universal cuando aún continúa siendo un porcentaje mínimo de la población mundial la que posee acceso directo⁶?

V. Reflexiones

El contexto, como bien ya dijimos anteriormente y siguiendo las líneas McLuhanianas de pensamiento, se modifica gradualmente. La dinámica de lo contextual se hace visible tanto en la presencia de elementos materiales, técnicos, como en aquellos referidos a aspectos culturales y sociales. No generaban el mismo efecto las características técnicas de la web en sus primeros años de aparición como los que podemos ver en la actualidad. Una inmensa distancia separa al joven comerciante de fruta y a nuestro ex combatiente de Malvinas. Y más allá de la distancia geográfica, existe una más profunda: lo cultural. La dinámica del contexto es tanto técnica, pero sobre todo social y cultural. Y es este cambio el que afecta tanto a los mensajes como a los medios.

Esto nos conduce a pensar también en otro elemento de relevancia: el papel actual que ocupa la electricidad en los procesos comunicacionales. Ésta influye en la comprensión tanto del mensaje como del medio. Detengámonos un segundo a pensar ¿qué ocurriría si hoy no hubiese electricidad? O ¿qué pasaría si el acceso a la misma fuese restringido? El funcionamiento de los diferentes medios, la comunicación de los mensajes, no existiría si no hubiera electricidad. La percepción de la dinámica del contexto, las condiciones de conexión y la posibilidad de acceso, dependen de la electricidad. Entonces, ¿qué mensaje tiene hoy para darnos esta fuente de energía? Tan sólo hace falta un apagón para darnos cuenta de su importancia. Atravesar un pueblo del interior del país y encontrarlo sin luz eléctrica es una señal que puede connotar diferentes mensajes (según, insistimos, el *código* y el *contexto*) como por ejemplo: “en este lugar no vive nadie” o “este es un pueblo fantasma”; asimismo, la luz “puede ser un mensaje si mi amante pone una luz en la ventana, significa que su marido está ausente” (Eco 1999: 79), o la inversa, se ha utilizado en repetidas oportunidades la ausencia de luz en las grandes metrópolis (e incluso a nivel mundial) en *mensaje* de protesta o a favor de una causa como la recordada “Apaga la luz por el planeta” (elparadiario14.cl). La luz hace

6. En su último libro, la antropóloga Paula Sibilia ilustra esta situación diciendo que “Hoy sólo mil millones de habitantes de este planeta poseen una línea de teléfono; de ese total, menos de un quinto tiene acceso a internet por esa vía. Otras modalidades de conexión amplían, pero de todos modos siguen quedando fuera de la web al menos cinco mil millones de terráneos. Lo cual no causa demasiado asombro si consideramos que el 40% de la población mundial, casi tres mil millones de personas, tampoco dispone de una tecnología bastante más antigua y reconocidamente más basililar: el inodoro” (Sibilia 2008: 28).

que uno pueda cargar el celular y enviar tuist, o postear en Facebook, que la pantalla tenga una identidad y una duración temporal, que los mensajes sean visibles y comunicables, que viajen alrededor del mundo, y que generen múltiples y variadas reacciones -o la ausencia de ellas- según el contexto. ¿Posee hoy la luz eléctrica un mensaje propio que debemos escuchar y contextualizar? Arriesgamos a decir que sí. Qué dice y cómo, esa es otra tarea para analizar, aunque podemos comenzar reflexionando que si en la segunda fase de la electricidad, es decir la etapa digital, “se crea, se procesa y se distribuye instantáneamente a demanda, como si se tratara de un pensamiento” (de Kerckhove 2005: 2) esos modos podrían implicar un decodificación de un meta mensaje.

Como mencionamos en páginas precedentes, hoy el mensaje del medio se construye *en el medio*⁷ de factores contextuales. Los efectos que genera, la recepción del mismo, sus relecturas y las características de su circulación, son algunos de los tantos factores que entran en juego. La época cambió, el medio tiene características técnicas y sociales diferentes. Las relaciones de poder en las que el medio se encuentra son disímiles. Quizás un poco arriesgado, pero nos atrevemos a decir que sin la inclusión de elementos del contexto hoy el mensaje del medio no podría ser del todo analizado, dejaría de ser cabal.

Los mensajes -visuales primero, orales luego y escriturales por último- fueron las modalidades de comunicación de la humanidad. El mensaje se transformó en una forma de contacto con otro, en un indicio de presencia, en una pequeña huella narrativa. El mensaje, el medio, y el contexto, representan, referencializan, indicializan, e iconografican. Caracterizan épocas, y hoy las digitalizan. Hoy en Internet convergen una diversidad de medios y mensajes: lo escritural, lo oral, y lo visual. El contexto es un índice en la web, nodo de relaciones sociales y nos desafía a leer su mensaje de una nueva forma.

¿Cómo leer “el mensaje” del medio hoy? ¿Cómo leerlo teniendo en cuenta la pluralidad de códigos que lo componen, su diversa naturaleza? Hoy el contexto, las dimensiones de exterioridad se ganan un lugar en el análisis del binomio mensaje-medio. Internet, tomada en sentido amplio, es decir, sin recurrencia a una página específica, servirá de modelo de análisis a fin de interpelarla con nociones de la semiótica para pensar de otro modo las condiciones culturales de producción de los mensajes y la inserción de los medios en contextos específicos.

Actualmente, ¿cómo se nos presenta el contexto?, ¿de qué modo conocemos hoy los diversos sucesos políticos, culturales que accedemos a través de Internet? ¿Cuáles son los índices que nos permiten acercarnos a ellos? ¿Aquellos elementos que forman parte del diseño de la interfaz? ¿El idioma del sitio original? ¿Las estadísticas de usuarios con conexión directa? ¿Un acercamiento al mapa de medio de las diferentes compañías que proveen el servicio de Internet? El contexto representa lo real desde la coexistencia de variados índices e íconos particu-

7. La itálica es de los autores y pretende aludir a un juego de palabras y significados asociados al objetivo que se trabaja a lo largo del artículo.

lares del lugar, pero también el lugar virtual que ocupa el pensamiento (de Kerckhove 2005: 3 y stes.). El contexto se gana un lugar en la lógica del mensaje, en los contenidos, y en las características económico-políticas que regulan al medio. El contexto aparece como resultado de diversas “metavisiones”⁸, adquiere un lugar en la misma lógica del medio. La importancia de la dimensión histórica abarca el registro de los medios, y de sus mensajes. Los aspectos históricos, políticos, sociales y culturales, atraviesan al objeto -cualquiera este fuese- que uno está observando, al mismo tiempo que al instrumento de la mirada. Es imprescindible recuperar en el análisis el lugar que ocupa la mirada en la construcción del mensaje.

Los sentidos de los signos publicados en las páginas de la web están dados por el contexto en el cual se ubican. El reconocimiento e identificación de los signos es universal⁹. Los sentidos son específicos, locales. Los íconos son signos “que remiten a su objeto según las características que toma de ese objeto”, afirma Peirce desde sus análisis (Cuadernos de Cátedra Semiología UBA: 43). Y agrega: “Cualquier cosa es un ícono en la medida en que se establezca la semejanza con el objeto” (Ibidem: 43). Los aspectos contextuales aparecen mediante íconos, índices y símbolos. Son índices ya que un índice “es un signo que se refiere a su objeto en virtud de estar afectado o modificado por ese objeto” (Ibidem: 43). Pero más aun, por las posibilidades que despliega. Si bien existe una huella, un registro en la página cada vez que un navegante clickea una opción de búsqueda, visita un sitio o participa activamente de un foro, o sube un video; el mayor poder está en lo que ese índice puede generar en el contexto. Y es también un símbolo, debido a “que es el signo que se refiere a su objeto por medio de

8. Debemos hacer una aclaración: hay una diferencia tajante en decir que uno observa ciertos fenómenos que tienen lugar en el mundo empírico, por ejemplo la convivencia entre una raza de animales; a decir que lo que uno está observando es “cómo” un medio en particular representa un punto real. Nosotros somos observadores de formas de representación que son propias de los diversos medios de comunicación: mirar sobre lo que se ha visto ya. Leer mensajes que han sido contruidos desde un punto de vista subjetivo particular, como respuesta a una línea editorial, bajo ciertos parámetros sociales y culturales.

9. La comprensión de los signos que están en las páginas de Internet son, por lo general, de alcance universal: la lupa sirve para buscar contenidos, la flecha en forma circular, para actualizar el sitio, el signo play para ver los videos es igual en todas partes. Nadie asociaría la lupa con una actividad de auditoria, por ejemplo. Sin embargo, el significado otorgado a los contenidos a los que cada uno de esos signos remite, puede cambiar según diversos factores. En este sentido, los modos de visión desde la pantalla en Internet han desplazado antiguas formas de acceso al conocimiento. El autor Raffaele Simone, a lo largo de las páginas 16 y 17 de su libro *Tercera Fase*, denomina este proceso como “el paso de la Segunda a la Tercera Fase”, donde se están “modificando ciertas estructuras profundas de nuestro mundo y de nuestra mente (...) Al intento de explicar por qué “mirar los textos” por imágenes es más simples que leerlos (...) En este modo de visión adquieren una relevancia fundamental dos categorías diferentes: una relacionada con el factor tecnológico; la otra con un cambio de tipo mental. Si bien la tecnología juega un rol central en el modo de visión establecido por la pantalla, con su modalidad pictórica no llegan a dar cuenta), la segunda categoría resulta aquí más pertinente: el cambio “mental, (...)”, está constituido por el paso, primero de la oralidad a la escritura y, segundo, de la lectura a la “visión” y a la escucha, un tránsito que también ha producido cambios en nuestro modo de pensar”. Este, creemos, es uno de los cambios más importantes en los modos de conocer que la pantalla de Internet introduce.

una ley o idea general" (Ibidem: 43). Hay una convención implícita que nos da la pauta para "interpretar" y "leer" correctamente los signos de la pantalla. La ley de los signos va de la mano de una actividad de búsqueda que nos permita encontrar el sentido correcto, dentro de la multiplicidad de interpretaciones posibles. El contexto comunica significados, múltiples significados de acuerdo a las formas de interpretación que cada uno tenga de los mensajes. El medio posibilita acceder a zonas geográficas del planeta que de otra manera sería imposible, permite reconstruir mensajes, interpelarlos en sus condiciones contextuales. Esta oportunidad de repensar el lugar de lo contextual creemos es uno de los desafíos más importantes en el modo de interpretar el mensaje del medio en la actualidad. Nos conduce a releer, a reinterpretar bajo modalidades de recepción y elaboración de la información por completo diferente gran parte de la perspectiva de análisis mcluhaniana.

Bibliografía

Cuadernos de cátedra de Semiología de la UBA. La semiótica de Peirce. Páginas 41 a 45.

DE KERCKHOVE Derrick (2005-2006) *Los sesgos de la electricidad*, Lección inaugural del curso académico 2005-2006 de la UOC, disponible en <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf>

ECO Umberto (1999) *La estrategia de la ilusión*, Barcelona: Lumen.

JENKS Chris (1995) "La centralidad del ojo en la cultura occidental. Una introducción", fragmento del libro *Visual Culture*, ed. Routledge, New York, 1995; traducción de Silvana Comba para el anuario de la Escuela de Comunicación Social de la UNR, "La trama de la comunicación", volumen 5.

JENKINS Henry (2008) *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

FOUCAULT Michel (1991) *La arqueología del saber*, México: Siglo XXI.

FOUCAULT Michel (1985) *Las palabras y las cosas*, Barcelona: Planeta-Agostini.

GREIMAS Algirdas J. et Joseph COURTES (1982) *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid: Gredos.

HALLIDAY M. A. K. (1982) *El lenguaje como semiótica social*, México: Fondo de Cultura Económica.

PARRET Herman (1983) *Semiótica y Pragmática*, Buenos Aires: Edicial.

SIMONE Raffaele (2001) *La tercera fase*, Buenos Aires: Taurus.

VAN DIJK Teun A. (2001) *Algunos principios de una teoría del contexto*, en *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso* 1(1) pp. 69-81.

Bibliografía de Internet

Centro de Investigaciones sobre la Globalización (CRG, según sus siglas en inglés). Sitio en línea: <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=section§ionName=about>
CNN México. <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/02/03/internet-pieza-clave-en-egipto-debe-ser-un-derecho-humano>

Contexto.com.ar. San Miguel de Tucumán. República Argentina. Viernes 28 de Enero de 2011 08:37:48. <http://www.contexto.com.ar/nota/43494/la-grave-crisis-de-egipto-cortaron-internet-y-los-celulares.html>

La Voz Noticias. 28 de mayo de 2011. <http://www.lavoz.com.ar/noticias/mundo/egipto-multan-mubarak-us-34-millones-bloquear-internet>

<http://www.elparadiario14.cl/admin/render/noticia/16354>



La recepción de McLuhan en la Argentina de los años 60.

Una lectura sobre lecturas

Ricardo Diviani

UNR

ricardodiviani@hotmail.com

Resumen

El siguiente trabajo aborda las lecturas que sobre las teorías de Marshall McLuhan se hicieron en la Argentina en los años 60. Contrariando aquella vulgata que ha sostenido que, dado las claves interpretativas de la época, los intelectuales no podían ver en aquel autor más que determinismo tecnológico y conservadurismo social y político, es posible reconocer algunas perspectivas que permiten matizar esa afirmación. Esta mirada distinta sobre la problemática se desprende al considerar una serie de textos que, si bien no fueron abundantes, expresaron un modo ecléctico de introducir las ideas mcluhanianas en el país. En este sentido, el presente trabajo propone analizar algunos escritos representativos de la época que, de una forma u otra, han hecho alusión al teórico canadiense.

Palabras claves: McLuhan - Verón - Masotta - Rest - Comunicación

Abstract

This paper addresses the readings on the theories of Marshall McLuhan did in Argentina in the 60's. Contrary to the opinion of intellectuals that could not see at the author rather than technological determinism and social and political conservatism, it is possible to recognize some perspectives that enable qualify that statement. This different look at the problem is apparent when considering a series of texts, though not abundant, expressed an eclectic way of introducing ideas mcluhanianas in the country. In this sense, this paper seeks to analyze some representative writings of the time, one way or another, have alluded to the Canadian theorist.

Key-words: McLuhan - Verón - Masotta - Rest - Communication

Introducción

Las primeras referencias a McLuhan en Argentina se remontan a los años sesenta, momento en que una serie de autores lo citan y usan de modo diverso como fuente para sus intervenciones en el campo cultural. Si bien se puede alegar que esos trabajos no son muchos en términos cuantitativos, consideramos que conforman un conjunto significativo que amerita su indagación. No tanto por constituir la vanguardia en la difusión de las ideas del canadiense en el país, algo que por sí mismo suele ser valorado, sino porque desmonta algunas afirmaciones sesgadas: sobre todo la que ha sostenido que, en América Latina, el horizonte interpretativo de los sesenta no podía ver en McLuhan otra cosa que determinismo tecnológico y conservadurismo político e ideológico.

A pesar de que existen ciertos textos que justifican esta perspectiva, y que suelen ser estigmatizados bajo la sospecha del ideologismo, también hubo otras miradas que la contradicen. En la Argentina, algunos referentes intelectuales, sin abandonar la impronta crítica que caracterizó a los estudios de comunicación y a la producción teórica del momento, produjeron escritos donde se advierte una lectura más atenta y menos reducida del enfoque mcluhiano.

Sin duda, para poder comprender aquellos textos y lecturas no es posible sustraernos del abordaje de las condiciones socio-históricas de emergencia de los mismos. A partir de ese análisis nos proponemos realizar un “diagnóstico” de la producción de esos autores, que han conocido tempranamente la obra de McLuhan y la han utilizado, atendiendo a dos dimensiones: por un lado, aquella que busca señalar sus fragilidades o debilidades y, por el otro, la que rescata sus consistencias o fortalezas.

Con respecto al primer punto, se podría sostener que tanto la proximidad temporal que guardaban estos intelectuales con el autor de *El medio es el mensaje*, como el “espíritu de época”, les impide visualizar y entender adecuadamente algunas de sus provocativas propuestas. El propio McLuhan afirmaba, en 1964, que el “setenta y cinco por ciento” del material contenido en *La comprensión de los medios* (McLuhan 1980: 26) era novedoso, lo que suponía un riesgo para el éxito de la obra. En cuanto a lo segundo, quizás es pertinente afirmar que la consistencia o fortaleza de esos escritos está justamente en sus límites. En una primera aproximación, podemos decir que aquellas lecturas sobre McLuhan están despojadas de toda fascinación y encandilamiento ante sus “predicciones” hoy en apariencia cumplidas en nuestra “aldea global”. No hay referencia allí a sus frases más famosas en tanto slogans, ni a sus visiones proféti-

cas, ni a su poder de oráculo con respecto a las “nuevas tecnologías” y, menos aún, consideraciones sobre cómo sus trabajos estaban anticipando la aparición de Internet.

Más bien lo que se observa en estos escritos, donde la intención es abordar problemáticas disímiles (el arte, la cultura de masas, las teorías de la comunicación), es que las referencias al canadiense fueron sobrias y rigurosas -a veces con fuertes cuestionamientos- sin ceder a los tecnologicismos.

Es cierto que muchas lecturas que circulaban en esa época -no precisamente las que aquí analizamos- y que abordaron directamente el “suceso” McLuhan, tenían ese “tono” que hoy es ridiculizado por ingenuo y esquemático. A principios de los años 70, un pequeño libro que compilaba artículos de Jean Baudrillard, Edgard Morin y Gabriel Koen, entre otros, era publicado con la traducción de José Szabón. Es probable que *Análisis de Marshall McLuhan* (AAVV 1982) -así se llamaba aquel texto- haya circulado en los ámbitos intelectuales y académicos y logrado amplia aceptación y reconocimiento. Es que resultaba muy tentador -y lo sigue siendo en cierta medida- cuestionar sus “metodologías”, “aporías” y excesivo optimismo tecnológico, que fue sintetizado con la acusación de “determinista tecnológico”.

No es este el lugar para ingresar en los debates sobre si McLuhan era un “determinista” o un pensador sofisticado; si sus esquemas carecían de una base teórica sólida o eran elementos que conformaban un mosaico complejo. Sin embargo, es inevitable que en la medida que ingresemos a algunas de las problemáticas abordadas en los años 60 estas polémicas aparezcan esbozadas.

Al volver sobre aquellos trabajos no se pretende armar un anecdotario de citas y referencias. Sino que se busca sostener una mirada histórica que tienda a confrontar y poner en diálogo distintas lecturas, las de hoy y las de ayer.

Los textos que abordamos no sólo forman parte del proceso de constitución del campo de estudio de comunicación en la Argentina, sino que también constituyen un modo particular de intervención en el ámbito de la cultura. En un momento histórico en donde el proceso de modernización sociocultural fue interpretado en clave de crítica política, la lucha en el ámbito de las ideas adquirió una riqueza teórica y conceptual muchas veces ninguneada, descalificada o mal interpretada.

En este trabajo abordaremos tres lecturas diferentes que se realizaron de McLuhan. La que hizo Jaime Rest a principio de los años 60; la de Oscar Masotta al apropiarse de sus ideas para analizar fenómenos estéticos en el marco de la experiencias del Instituto Di Tella, y la lectura de Eliseo Verón que lo llevó a justificar su ausencia a la hora de señalar a los referentes dentro del campo de la comunicación.

Las lecturas de Jaime Rest

Hasta donde sabemos, las primeras referencias a McLuhan por parte de un autor argentino se pueden encontrar en el texto de Jaime Rest *Situaciones del arte en la era tecnológica*, publicado en la *Revista de la Universidad de Buenos Aires*, en el año 1961 (Rest 2006). En la actualidad, el valor que le podemos otorgar al trabajo del argentino es el de haber sido un pionero en el país a la hora de reflexionar sobre la relación entre cultura y tecnología en el marco de las sociedades de masas. Pero es innegable que el uso que hace de las afirmaciones “mcluhanianas” para convalidar su propia perspectiva expresa una gran distancia teórica con respecto a las posiciones que tiempo después se le reconocerán al canadiense. Distancia poco percibida probablemente por Rest ya que las diferentes citas que apelan a la autoridad de McLuhan están dirigidas a sostener un modelo instrumental de los medios tecnológicos muy alejados del universo mcluhaniano. En gran medida, este desconocimiento era consecuencia de que el McLuhan que hoy conocemos todavía no había aparecido en escena. A principio de los años 60 no se habían publicado los trabajos que le otorgarían fama internacional y sólo era conocido en EEUU y Canadá. Recién a partir de la aparición de la *La galaxia Gutenberg*, en 1962, y *La comprensión de los medios*, en 1964, McLuhan tendrá un lugar destacado dentro de la producción intelectual y académica del siglo XX.

El trabajo que particularmente cita Rest, es “Sight, Sound and the Fury”, que originalmente había sido publicado en una revista en 1954, y que apareció tiempo después, a fines de los años 50, en *Mass Culture*, un libro que compilaba diferentes artículos sobre cultura popular en EEUU. En aquel libro, además de McLuhan, había ensayos de distintos autores que también fueron citados en el trabajo de Rest, entre los que se encontraban Adorno, Kracauer, Lazarsfeld y Lowenthal.

En el artículo de Rest se intuye cómo es el lector modelo al que estaban dirigido sus libros: “un lector enterado, pero no especializado” (De Santis 2006: 175). Su estilo despojado, tanto de las especulaciones intrincadas como de las afirmaciones grandilocuentes, en base a una prosa clara y elegante, han hecho de los ensayos de este autor una marca reconocida por la crítica (De Santis Ibíd.; Bardauil 1999). En *Situaciones...*, uno de los primeros trabajos de Rest, este aspecto es apreciado junto a otros que han sido también resaltados. Se destaca el uso de bibliografía poco conocida y no traducida en ese momento, por lo cual suele ser considerado un pionero en la difusión del culturalismo inglés, al tiempo que uno de los primeros lectores argentinos de Walter Benjamin, como el título de este trabajo además sugiere (Pesce 2005; Crespi 2009).

Esta “amalgama” de autores, claramente diferentes entre sí, se sustenta en el modo en que el autor de *Borges y el pensamiento nominalista* ingresa en la problemática de la relación entre tecnología y cultura. En aquel trabajo, Rest traza su argumento sopesando diferentes aspectos de la relación que son tratados con cierta ambigüedad. Es decir, entiende a la tecnología como un medio poderoso para la difusión masiva de la obra de arte con un efecto democratizador, a la vez que advierte sobre el modelo mercantilista que prevalece en la producción cultural; considera los medios masivos como herramientas importantes para el trabajo educativo, pero señala que pueden ser utilizados para la publicidad y la propaganda. “La tecnología ha creado nuevas perspectivas para la difusión cultural, las que debidamente utilizadas permite un perceptible adelanto en la educación artística del público; pero, al mismo tiempo, los procedimientos mecánicos de difusión han convertido al arte en una mercancía o en un dispositivo publicitario que debe sacrificar su calidad y autonomía, a fin de satisfacer las aspiraciones multitudinarias” (Rest op cit: 31) Este rasgo compensatorio o equilibrado que muestra la reflexión de Rest está emparentado con el momento histórico de producción de su intervención. Es el momento en que se inicia el proceso de socavamiento de la división entre lo “alto” y lo “bajo” con respecto a la cultura. Un proceso que tiene a las tecnologías de la comunicación de masas como uno de sus actores principales y que, en general, fue interpretado a la luz de las discusiones entre apocalípticos e integrados.

Sin embargo, lo que más acerca a Rest a las reflexiones “mcluhanianas” -y más aún benjaminianas- es el modo en que las tecnologías modifican al propio arte. El cine, la fotografía, la televisión, la publicidad, representan nuevas formas de relación entre la obra, su materialidad y el público consumidor, tanto en sus aspectos espaciales como temporales. Claro que lo que termina prevaleciendo en el argentino, a diferencia tanto de Benjamin como de McLuhan, es la idea de que es el uso que le da el hombre a las nuevas tecnologías lo que determina

los aspectos positivos o negativos de las mimas. Es sólo en el uso que se pueden evaluar las transformaciones: "En sí mismos, estos dispositivos mecánicos -el cine, la radio, la televisión, la prensa- no son peligrosos ni dejan de serlo; son meros instrumentos cuyos efectos positivos o negativos dependen, exclusivamente del empleo que se les dé; la cuestión consiste en que son sumamente eficaces, sea cual fuere el objetivo propuesto, y resultan, por ende, útiles herramientas para quienes desean orientar la opinión pública de buena o mala fe, con fanatismo o espíritu comprensivo" (Rest op cit: 89)

A pesar de esa distancia insalvable con McLuhan, lo que probablemente pudo haberle atraído del artículo del canadiense es, por un lado, la mirada panorámica sustentada en una historia de larga duración, algo que Rest practica y, por el otro, el gusto por la literatura inglesa. Si bien en *Sing* ya aparecen algunos tópicos que luego constituirán una marca distintiva, lo que sobresale en aquel texto es el modo erudito en que analiza la relación entre tecnología y comunicación, para dar cuenta de los "efectos" del paso de la reproducción mecánica a la electrónica en expresiones como, por ejemplo, la poesía, atendiendo a una historia que se remonta desde la antigüedad hasta nuestros días. Es cierto que el McLuhan de *Sing* ya ha adoptado decididamente la perspectiva que lo distingue, y que luego será mejor desarrollada, particularmente la idea de que el medio es el mensaje. Pero el modo en que está apenas esbozada explica, en parte, que Rest tomara de McLuhan sólo algunos párrafos que sirven para fundamentar su concepción instrumental de los medios tecnológicos. Entre ellos, aquel que refiere al rol destacado que cumplió la imprenta en Inglaterra en el fortalecimiento de la lengua inglesa que, durante la Edad Media, tuvo que lidiar con la imposición cultural del francés y del latín. Otro de los pasajes explica cómo algunos medios masivos han permitido dar corporeidad a los héroes populares que permanecían ocultos en las psiquis de las personas y, en otro, se describen experiencias que permiten demostrar que la televisión podría ser usada como dispositivo pedagógico. Por último, Rest recupera los párrafos del texto de McLuhan en los que se ocupa de la relación histórica entre poesía y tecnología. Retoma aquella idea - tal vez en este punto es donde más aparece el McLuhan por todos conocidos - de que la radio y la grabación fotoeléctrica han permitido volver a "ciertas riquezas de inflexiones y matices" de la oralidad propia de la poesía, perdidas con la invención de la imprenta.

Existen además otros elementos que son importantes tener en cuenta del texto del intelectual argentino. Si bien hoy muchas de las ideas allí desarrolladas pueden ser consideradas un tanto superficiales, es necesario reconocer el modo en que el autor presta atención a una serie de objetos. La televisión, los comics, la fotonovela y otros géneros llamados menores en esa época- para valorizar no solamente algunos aspectos que tiene que ver con la difusión masiva -y por lo tanto la posibilidad de una recepción más amplia- sino también para considerar aspectos estéticos. Su análisis gana fuerza en la medida que siempre está sugerida, con

mayor o menor énfasis, la relación entre cultura y sociedad de una manera sutil, es decir, entre una cierta autonomía de la obra artística valorada a partir de sus leyes y la vida social que esa obra evoca. La propia técnica es analizada en ese sentido cuando, por ejemplo, señala que algunos artefactos se erigen en signos de distinción social: "(...) poseer un receptor de televisión o demostrar vasta erudición en lo tocante a las fraguadas intimidades de los animadores e intérpretes que aparecen en los programas televisados es, en los estratos populares, un sucedáneo de autoridad intelectual y de prosperidad material" (Rest op cit: 36).

Por otro lado, es interesante analizar algunos de sus párrafos a la luz de los fenómenos actuales, no tanto para realzar un supuesto carácter profético del argentino, sino más bien para visualizar algunas figuras o motivos que parecieran ser constitutivos de la dinámica de las sociedades modernas. Jaime Rest comienza su texto con lo que él denomina un lugar común bastante manido, la parábola de aquel individuo del siglo XIX que por algún motivo es capaz de viajar en el tiempo y conocer el futuro: "Nuestro enviado -dice Rest- con sólo tener algunas inquietudes espirituales y un poco de dinero libre, está en condiciones para hablar con verdadera autoridad acerca del colorido que poseen las pinturas del Giotto o Fra Angélico, de la belleza formal que caracteriza las piezas tibetanas conservadas en Museo Guimet o de la limpidez instrumental que se advierte en las conducciones orquestales de Ansermet: para enterarse de ello no ha tenido que moverse de su propia casa". Hasta aquí da toda la sensación de que lo que sigue, si uno no conociera el momento en que está escrito el texto, es una apología de la Internet. Pero Rest continúa su reflexión y nos retrotrae al pasado: "(...) sólo le ha bastado -a ese ser hipotético- con oír grabaciones fotoeléctricas y contemplar reproducciones impresas de una fidelidad que hacia 1860 debía parecer quimérica" (Rest op cit: 23).

Oscar Masotta, McLuhan y los medios como ambientación

A mediados de los años 60, Oscar Masotta escribirá una serie de artículos sobre arte y medios masivos de gran trascendencia para los estudios de comunicación en la Argentina. Un poco olvidados, esos trabajos, desarrollados en el marco de sus investigaciones en el Instituto Di Tella, expresaron una lectura inteligente y vigorosa de McLuhan.


Se advierte en Masotta un abordaje más frontal de la producción del canadiense en tanto su lectura ya no tiene la oblicuidad que se observa en el texto de Jaime Rest. Claro está que entre aquel trabajo de Rest y los de Masotta han pasado varios años durante los cuales McLuhan

ha publicado sus obras más destacadas. En estos artículos, McLuhan ya no aparece citado con la intención de legitimar alguna perspectiva, como sucedía en el escrito de Rest, sino que se trata de una reflexión crítica -aunque también orientada al análisis de determinados fenómenos- de las ideas más destacadas del autor de *La galaxia Gutenberg*. Respecto a este punto, podemos mencionar los artículos “Los medios de información de masas y la categoría de «discontinuo»” en la estética contemporánea, de 1966, y “Después del pop, nosotros desmaterializamos”, de 1967.

En el primero, el autor hace referencia al McLuhan de *Understanding Media*, como el “ideólogo más actual, más polémico y más eufórico del proceso que envuelve a nuestra cultura después del asalto de la radio, los jets, la televisión, la computadoras, la comunicación a través de satélites” (Masotta 2004: 215). Lo que Masotta descubre en el libro del canadiense es un modo contemporáneo de analizar la relación entre medios técnicos, comunicación y arte de vanguardia que se revela de gran interés. Allí se detiene en la concepción de que “el medio es el mensaje”. Lo singular de esta lectura es que examina el famoso slogan en clave abiertamente estructuralista, señalando que son las estructuras que no aparecen a la vista lo verdaderamente significativo, como ya lo habían afirmado -dice Masotta- Propp y los formalistas rusos, la lingüística, la antropología estructural y las modernas investigaciones sobre el lenguaje. De ese modo, afirma Masotta: “(...) si el proceso de comunicación no se agota en la simple vehiculización de significados, esto es, de conceptos, es porque existe un lado eficaz del significante, porque los vehículos de los mensajes son, en un sentido fundamental, el mensaje mismo” (Masotta op cit: 237).

Masotta considera que esta tesis del autor de *Understanding Media* puede resultar audaz y desproporcionada, “sobre todo en el contexto del libro de McLuhan, plagado de afirmaciones globales sobre culturas enteras”. Sin embargo, advierte que “una vez controlado su alcance, esa audacia no pierde su poder de sugerencia” (Masotta op cit: 238).

En un artículo de 1967, “Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: el esquematismo”, Masotta aclara que aquel slogan “que ha despertado elogio y burlas no significa, bien entendido, sino que el canal constituye de alguna manera, pero siempre de alguna manera, el mensaje mismo” (Masotta 2010: 310). Si acordamos que la perspectiva estructuralista conduce la lectura de McLuhan, es fundamental destacar los reparos que toma Masotta frente a ciertas generalizaciones y exageraciones que encuentra en este autor. Es decir, si bien considera de mucho interés el análisis de la producción “mcluhaniana”, no cedía a determinados reduccionismos que entendía como ideológicos -ya que olvidaban aspectos sociales fundamen-



tales- ni tampoco a conceptos imprecisos, como el de “participación”, o frases ineficaces por repetitivas y omnicomprendidas, como la del “medio es el mensaje”.

Ya volveremos sobre estos aspectos que expresan una mirada que no solamente pone en entredicho los análisis sesgados sobre los 60 que circulan en la actualidad, sino que también demuestran su utilidad a la hora de pensar sobre determinados fenómenos mediáticos.

En el segundo artículo que mencionábamos, “Después del pop, nosotros desmaterializamos” (1967), Masotta se ocupa de experiencias estéticas de vanguardia, como el pop y los happenings, para abordar una nueva forma de ser del arte en el marco de la cultura de masas y los medios masivos. Si bien McLuhan es referido sólo en una nota al pie de página para aclarar que algunas de sus ideas no son del todo originales se reconoce que sus concepciones están muy presentes.

Para quienes han estudiado a Masotta, es conocido el modo particular en que se ha nutrido a lo largo de su corta vida de diferentes tradiciones de pensamiento en el análisis de fenómenos complejos. Desde su inquietud por la literatura bajo una impronta “sartreana”, pasando por su fascinación por el psicoanálisis lacaniano, hasta llegar a sus investigaciones en arte y medios desde una visión decididamente estructuralista. Al estructuralismo presente en los textos de Masotta de aquellos años el propio autor lo llamaba un “estructuralismo ensanchado” (Masotta 2010: 335). En estos trabajos McLuhan es interpretado a la luz de autores como Barthes, Lévi Strauss y, de modo más extraño, Sartre y Merleau-Ponty, sin dejar de sugerir su adscripción a la perspectiva marxista de análisis.

Desde estas líneas teóricas, Masotta articula -fundamentalmente en el texto “Los medios de información de masas...”- tres conceptos que provienen de distintos ámbitos y autores, desmaterialización, discontinuo y ambientación, por medio de los cuales reflexiona sobre el arte de vanguardia en sintonía con los medios masivos de comunicación en el marco de condiciones culturales novedosas.

Al concepto de desmaterialización lo toma del artista constructivista ruso de las primeras décadas del siglo XX, El Lissitzky, a quien considera -en el artículo aludido- un pensador que se adelantó a McLuhan en más de 30 años. El epígrafe del texto “Después del pop...” comienza justamente con una cita de El Lissitzky de su trabajo *El futuro del libro*, escrito en 1930, y

que había salido reproducido en aquellos años sesenta por la prestigiosa *New Left Review*. Es importante recuperar el párrafo transcrito que, si bien es bastante conocido, sigue teniendo mucho que decir: "Hoy los consumidores son todo el mundo, las masas. La idea que actualmente mueve a las masas se llama materialismo: sin embargo, la desmaterialización es la característica de la época. Piénsese en la correspondencia, por ejemplo: ella crece, crece el número de cartas, la cantidad de papel escrito, se extiende así la cantidad de material consumido, hasta que la llegada del teléfono la alivia. Se repite después el mismo fenómeno. Resultado: la red de trabajo y material de suministro crecen entonces hasta que son aliviados por la radio. Brevemente: la materia disminuye; el proceso de desmaterialización aumenta cada vez más. Perezosas masas de materia son reemplazadas por energía liberada" (Masotta 2010: 273).

Masotta lee en aquella reflexión del autor ruso una anticipación del proceso que se estaba desarrollando a partir de la proliferación de los modernos medios de información de masas. El arte pop, los happenings y otras formas de manifestación artística daban cuenta de un giro en la experimentación con nuevos materiales. Masotta veía esa transformación, ese proceso de desmaterialización, como un pasaje que iba de la representación del referente a la del concepto, es decir, del significado al significante en la jerga estructuralista.

El proyecto de *Arte de los medios* llevado a cabo por Jacoby a fines de los años 60, y en el que Masotta participó, es quizás la expresión máxima del vínculo entre arte desmaterializado, medios masivos e intervención política y cultural. Experiencia efímera, y "encapsulada" en su tiempo, la riqueza de los conceptos volcados en los manifiestos vuelve a mostrar la capacidad reflexiva de una camada de intelectuales y artistas que podía percibir lo que los medios de comunicación tenían de singular. El "antihappening" consistente en hacer circular en los medios masivos la noticia de un happening que nunca tuvo lugar, realizado en el año 1967, representó un modo novedoso de crítica mediática. Esta suerte de declaración política tenía una intención particular: demostrar que en la sociedad de masas el público se informaba a través de los medios masivos y que importaba menos el hecho artístico que la noticia construida. Es decir, el objetivo primordial no era tanto denunciar a los medios por falsear la realidad como mostrar que lo esencial, como decía Jacoby, era "la imagen que construyen los medios de comunicación" de los acontecimientos (Longoni 2004).

Este modelo implícito de la comunicación, que se apartaba de aquellos más tradicionales que sustentaban las teorías del "reflejo", no sólo se anticipó a las perspectivas que décadas después pondrán el acento en el modo en que los medios "construyen" la realidad, sino que lo hizo a través de formas de experimentación originales.

Este modelo de base constructivista, considerado de vanguardia, tuvo como fundamento esa intuición respecto al carácter “desmaterializado” y “antirreferencialista” que se le adjudicaba a los medios masivos. Y era esa condición que compartía tanto el arte de vanguardia como los medios de comunicación de masas lo que generaba, para Masotta, una serie de consecuencias perceptivas y políticas de gran alcance.

A su vez esa desmaterialización que supone el proceso de comunicación conformaría el carácter “discontinuo” de la lógica textual. En “Los medios de información de masas y la categoría de discontinuo”, Masotta retoma este último concepto que fue utilizado por Barthes para analizar una obra del poeta Michel Butor. En su libro *Mobile*, Butor intenta una transformación revolucionaria del lenguaje y la obra a partir de un fuerte gesto rupturista. Lo que Masotta ve en ese gesto es una especie de técnica de lo discontinuo que pone en entredicho la continuidad entre obra y materialidad en tanto pretende “atentar contra la regularidad material de la obra”. Por eso Masotta dice que si “la conexión entre la obra y su vehículo natural es sentida como portadora de un valor esencial, es que ese valor es continuo del discurso estético”. Lo que afecta o “hiere” de las afirmaciones hostiles hacia ese tipo de arte -como la que decreta que eso no es literatura!!- es la relación natural que debería existir entre la idea de “obra” y sus posibles vehículos materiales” (Masotta 2004: 248). Ese carácter discontinuo estaba presente no sólo en ciertas obras estéticas que se enmarcaban dentro de la vanguardia, sino también había algo de eso en los medios de masivos, algo que intentaba establecer la experiencia de un “arte de los medios masivos”.

Adónde lleva esta aceptación de lo discontinuo en la medida que se generaliza, se pregunta Masotta: a la crítica de la crítica de los contenidos, “a la idea de que en el seno de toda situación de comunicación no son los contenidos a la vista lo que simplemente se comunica, sino que esos contenidos no son sino *artículus*, parte de estructuras y que éstas no están a la vista...” (Masotta *ibídem*: 237). En esa crítica de la crítica de los contenidos es en donde Masotta se aproxima al slogan de “el medio es el mensaje”.

Además de estas nociones de desmaterialización y discontinuidad, la idea de ambientación es central para dar cuenta del nuevo tipo de arte, de los medios masivos y, fundamentalmente, del proceso de recepción de cualquier obra contemporánea. Si bien Masotta utiliza este concepto “mcluhaniano” no comparte ni sus generalizaciones ni sus reduccionismos y, sobre todo, el lugar en donde coloca su optimismo. Al intelectual argentino el optimismo de McLuhan le resulta extraño, ya que no acepta las consecuencias directas de las nuevas tecnologías sin mediaciones. En cambio, a su propio optimismo lo pone, paradójicamente, del lado del

sujeto, es decir, en el modo en que la ambientación con los nuevos medios permitiría condiciones para que el espectador acceda a aspectos centrales de la obra, no en el orden de lo que aparece a los ojos, sino en lo que refiere al intelecto. En una cita de Masotta se afirma:“(...) el objeto estético nuevo lleva en sí mismo no tanto -o bien tanto- la intención de constituir un mensaje original y nuevo como que permite la inspección de las condiciones que rigen la constitución de todo mensaje”.

En “Después del pop, nosotros desmaterializamos”, Masotta también polemiza con el artista francés Jean Jacques Lebel con respecto a los modos de entender y experimentar con los happenings. Aquella crítica a Lebel podría extenderse a algunos de los planteos del propio McLuhan (aunque no hay ninguna referencia ahí). Masotta dice: “La imagen que surge del Happening de Lebel -y también de su libro- consiste en un irracionalismo generalizado. Lebel, quien sostiene una ideología -se podría decir- casi psicodélica, en la que priman los mitos de la vida, de la espontaneidad, de la participación de los sentidos y la percepción, de la liberación del inconsciente y seguramente también ese mito que nos habla hoy sobre la conciencia contemporánea bombardeada por la información, entiende que el hombre contemporáneo teme, antes que nada, a la expresión desnuda de los instintos. Tendría tal vez un poco de razón si la nuestra fuera una sociedad victoriana. Eso que el hombre de las sociedades contemporáneas teme -yo entiendo, al revés- y tiende a ocultar, no es la irracionalidad del instinto, sino la racionalidad de la estructura” (Ibidem).

Es este sentido político el que estará también presente en sus trabajos sobre historietas, particularmente en *Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: el esquematismo*, donde abordará dicho género intentando rescatar el potencial “desalienante” de ese lenguaje en tanto permitiría una apropiación crítica ya que su función sería “no ocultar, sino dejar ver”¹. Para Masotta, una perspectiva semiológica de tipo estructuralista es el punto desde donde se puede apreciar, en lo formal, un rasgo particular del género. Si la historieta es *esquematismo*, como toda la cultura popular, no es tan importante el contenido reaccionario de la obra, sino el sentido que eso tiene en el marco de su materialidad, a nivel de las restricciones propias del canal: “Es a este nivel -la distancia que separa a los símbolos de sus orígenes-, donde debe situarse la crítica ideológica; pero ella debe desembarazarse de todo puritanismo con respecto a los esquemas y estereotipos. Básicamente la historieta no nos dice que los estereotipos son «de la realidad», sino, mejor, que lo son de eso que la sociedad «da a pensar» en ella. La para-

1. Es importante aclarar que Masotta habla de potencial, ya que considera que no se pueden deducir los efectos de una obra a partir del análisis de las estructuras o de los contenidos. Para conocer la “decodificación”, según el autor, habría que completar el análisis con un trabajo sociológico de campo.

doja o la contradicción histórica consistiría aquí en que este medio, preñado históricamente de un potencial desalienante, sirve como vehículo ideológico” (Masotta 1971: 208).

McLuhan y Eliseo Verón

En la Introducción a un volumen que compiló una serie de artículos presentados en un simposio sobre *Teorías de la comunicación y modelos lingüísticos* del año 1967, Eliseo Verón señalaba algunas líneas para un desarrollo futuro de la ciencia de la comunicación. El autor partía de tres tradiciones científicas que en el siglo XIX habían sentado las bases de las ciencias sociales modernas y producido un giro copernicano en cada uno de sus campos de estudios. Estas tradiciones tenían como figuras centrales a Marx, Freud y Saussure. Para el Verón de aquel momento, en diálogo con esas tradiciones, se encontraban los antecedentes del llamado “boom” de la comunicación, la lingüística y la semiología.

La teoría del lenguaje en términos saussureanos se había impuesto en aquella década del 60, si bien con retardo en relación al psicoanálisis y el marxismo, ayudada por los aportes de teorías como la de la información y la cibernética y autores como Jakobson, Levi Strauss, Bateson -que para Verón tenía puntos de encuentro con el estructuralismo- Weaver y otros. Sobre estas líneas se construyó un área de investigación sobre una serie de problemáticas que tuvo como eje la comunicación y el lenguaje.

Ahora bien, en esta lista de investigadores y tradiciones que de seguro “corresponde a una parte, pero probablemente la más importante, del proceso de investigación y construcción de teorías que culmina actualmente en el interés generalizado por la comunicación” (Verón 1971), Verón omite explícitamente a un autor. En una nota al pie de página que reproducimos en su totalidad aclara: “Podrá sorprender a algunos que omitamos a nombres como el de Marshall McLuhan. Debe tenerse en cuenta, ante todo, que la investigación sobre comunicación de masas (problemática con la que se vincula sobre todo McLuhan) ha estado de hecho orientada por una perspectiva muy diferente a la que hemos historiado aquí de forma esquemática. En segundo lugar, McLuhan es más bien un divulgador que un pensador original, es uno de los principales elaboradores de la mitología sobre la comunicación de masas. En tercer lugar, al hablar de «recursos naturales» y de los medios tecnológicos como la electricidad, en lugar de interpretarlos a la luz de los modelos comunicacionales realiza

la operación inversa: concibe a los medios como si su influencia fuera enteramente ajena a su capacidad significativa. En suma: interpreta los mass media con las viejas categorías de la primera etapa del desarrollo industrial. Ésta es tal vez la más grave objeción que se le puede hacer a un autor que se presenta como «teórico de la comunicación» y profeta de la sociedad industrial” (Ibidem: 16).

El semiólogo argentino entiende que el pensamiento del canadiense muestra tres puntos débiles. Por un lado, la teoría de McLuhan no sitúa a la comunicación en el lugar que Verón considera como necesario. Ni orientada a la semiología, es decir, al estudio de los signos y la producción de sentido; ni orientada a la comunicación en una perspectiva pragmática, es decir, en relación a los procesos concretos de interacción. Sino que la principal preocupación de McLuhan, según Verón, pasa por analizar los mass media desde una concepción unidireccional antes que interaccional y contextual.

En este sentido, lo considera sólo como un gran publicista -a contrapelo de las lecturas que en general se hacen- de su concepción mitológica de la comunicación, es decir, construido sobre la noción de masas como grupo uniforme y atomizado. Lo describe como un “divulgador” de ese modelo de comunicación de masas muy afín a cierta tradición norteamericana de estudios sobre medios masivos.

En tercer lugar, la crítica tal vez apunta al corazón de las teorías mcluhanianas (aunque Verón lo desarrolla en pocas líneas). Sostiene que McLuhan interpreta a los medios bajo viejas categorías cuantitativistas y energéticas, en lugar de analizarlos por su capacidad de producción de sentido. ¿Cuáles son estas categorías? Verón no las precisa en dicho texto, pero se pueden intuir a partir de un trabajo del semiólogo argentino del año 1963, *El análisis estructural en ciencias sociales*. Allí se distinguen dos tipos de modelos estructurales, el de la lingüística y las modernas teorías de la comunicación y otro -que Verón asocia en el texto que hace referencia a McLuhan como de “la primera etapa del desarrollo industrial”- que sería el “físico-organista” influenciado por las perspectivas biologicistas. Estos modelos, dice el semiólogo, comprenden conceptos tales como “fuerza, tensión, atracción, rechazo, equilibrio y desequilibrio, quantum de energía, etc.”, que son utilizados en términos de causalidad.

Es decir, el argentino parece asociar el modelo de McLuhan al causalista que concibe la realidad en términos “continuos, cuantitativos y energéticos” y pasa por alto a los procesos sociales como procesos de comunicación en tanto interacción, en donde intervienen niveles

sintácticos, semánticos y pragmáticos (aspectos que el estructuralismo, la semiología y la cibernética habían puesto en la superficie superando el modelo anterior).

Es probable que Verón reconozca ese viejo modelo en muchas de las afirmaciones de McLuhan. En el modo en que el canadiense historiza los medios técnicos de comunicación, en la idea de que un elemento de la estructura modifica la totalidad de modo orgánico (por ejemplo, el papel determinante que McLuhan le otorga a la invención de la imprenta como causante de la modificación de toda una era) y la idea de que el “medio es el mensaje”. Aquí aparece una diferencia con Oscar Masotta -a pesar de compartir el mismo horizonte- quien lee esa frase en clave estructuralista. En Verón no habría nada de eso, ya que el semiólogo parece no reducir el estructuralismo a una simple diferenciación entre forma y contenido.

Ya en los años 80, cuando Verón pasa del modelo binario del signo saussureano que caracterizó su concepción teórica en los años 60 al ternario de Charles Peirce, dirá: “La presencia de los tres órdenes en cualquier discurso proviene del hecho de que el sujeto significativo es el *invariante universal*, podríamos decir, del reconocimiento de sentido; pues no debemos olvidar que la evolución histórica de las sociedades humanas desde el punto de vista de la producción discursiva, desde los pueblos sin escritura hasta la actual «revolución de las comunicaciones» es un proceso que sólo tuvo que ver con las condiciones y las gramáticas de producción. La más sofisticada de las tecnologías de comunicaciones debe adaptarse siempre, en reconocimiento, al equipamiento biológico de la especie, invariable desde el alba de la humanidad: el sujeto significativo y sus cinco tipos de captos sensoriales. Considerar las tecnologías de producción de discurso como «extensiones del hombre» a la manera de McLuhan, es olvidar el desajuste entre la producción y el reconocimiento y proyectar, de modo mecánico, las innovaciones de los dispositivos de producción sobre el sujeto receptor: en el dominio de los discursos sociales, la utopía tecnocrática consiste en provocar una suerte de encuentro imaginario entre producción y reconocimiento, proyectando la primera sobre el segundo” (Verón 1998: 149)

Palabras finales

Ya para los años 70 la figura de McLuhan no era tan convocante. Por un lado, la semiología, dominante en aquel momento, no prestaba demasiada atención al canadiense. Esto segura-

mente se debió a lo que ya había sido anticipado por Verón: la nula importancia que su teoría dispensaba a los procesos de significación de los mensajes en sus diferentes materialidades. En cuanto a las tecnologías comunicacionales, el interés se volcó a las tecnologías de los satélites y al sistema de propiedad de los medios, desde una visión basada en las teorías de la dependencia y el imperialismo, como se ve en los trabajos publicados en la revista *Cultura y Comunicación*.

El golpe militar del año 1976 clausuró de modo trágico la primera etapa de los estudios de comunicación en la Argentina. A partir de los años 80, con el retorno de la democracia y la institucionalización académica de los estudios de comunicación, la figura de McLuhan reapareció en otros tipos de lecturas y sus escritos circularon en diferentes cátedras. En los 90, con la gran penetración de la televisión por cable y luego Internet, este autor fue reconocido como aquel que anticipó de manera entusiasta fenómenos que estaban en la agenda de una buena parte de la intelectualidad ligada a los estudios de medios: la globalización, el fin de una era y el comienzo de otra denominada posmoderna, el lugar preponderante de las tecnologías de comunicación en la cultura, la desaparición de un tipo de subjetividad basada en la racionalidad moderna, etc.

Hoy, a 100 años de su nacimiento y 30 de su muerte, McLuhan sigue siendo un autor sugerente. La llamada “revolución tecnológica” sigue convocando al canadiense y sus ideas parecieran constituir un lugar seguro y cómodo desde donde comprender dicho fenómeno. Sin embargo, sería interesante analizar no tanto lo que McLuhan ha producido en su compleja obra, sino los modos y claves de lectura en que cada época ha leído al canadiense. Tal vez allí encontremos una puerta de entrada para entender no lo que las tecnologías hacen o son en sí mismas, sino lo que ellas significan para determinados grupos sociales en diferentes condiciones políticas, culturales e históricas.

Bibliografía

AAVV (1982), *Análisis de Marshall McLuhan*, Bs As: Ediciones Buenos Aires S.A (1° edición 1972).

Crespi, M (2009) "Jaime Rest. Ficción e Imaginación crítica" en Boletín de Estética N° 8, Bs As: Publicación del Programa de Estudio en Filosofía del Arte, Centro de Investigación Filosófica.

De Santis, P (2006) "Jaime Rest, hacia la reafirmación del hecho literario" en Revista La Biblioteca N° 4-5, Bs As: Biblioteca Nacional de la Republica Argentina.

Masotta, O (2004) "Después del pop nosotros desmaterializamos" en *Revolución en el arte. Pop-art, happening y arte de los medios en la década del sesenta*, Bs As: Edhasa.

Masotta, O (2004) "Los medios de información de masas y la categoría de discontinuo" en *Revolución en el arte. Pop-art, happening y arte de los medios en la década del sesenta*, Bs As: Edhasa.

Masotta, O (2010) "Reflexiones presemiológicas sobre la historieta: el esquematismo" en *Conciencia y estructura*, Bs As: Eterna Cadencia.

McLuhan, M (1985) *La galaxia Gutenberg*, Barcelona: Planeta.

McLuhan, M (1980) *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México: Diana.

Pesce, V (2006) "Introducción" en *Arte, Literatura y cultura popular*, Bs As: Editorial Norma.

Rest, J (2006) "Situación del arte en la era tecnológica" en *Arte, literatura y cultura popular*, Bs As: Editorial Norma.

Verón E (1998) "El cuerpo reencontrado" en *La semiosis social*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Verón, E (1995) "El análisis estructural en ciencias sociales" (1963) en *Conducta, estructura y comunicación*, Bs As: Amorrortu Editores.

Verón, E "Introducción: Hacia una ciencia de la comunicación social" en *Lenguaje y comunicación social*, Bs As: Nueva Visión.

La militancia en el periodismo: el medio es el mensaje

Sebastián Ernesto Ackerman

Ciencias de la Comunicación - FSOC- UBA
sebasackerman@gmail.com

M. Paula Morel

Ciencias de la Comunicación - FSOC- UBA
m.paulamorel@gmail.com

Resumen

Desde el debate por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) impulsada por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, y con el antecedente de la discusión sobre la resolución 125 que derivó en una disputa fuerte con los medios como herramienta central en esa batalla, la noción de 'periodista militante' volvió a escena sobre todo a partir de las palabras del titular de Télam, Martín García, cuando hiciera mención a la labor periodística y dijera que "prefería militantes a periodistas". A partir de ese acontecimiento, y en estrecha relación a los textos mediáticos del programa televisivo "6, 7, 8", comenzaron a delinearse dos posiciones mediáticas diferenciales con respecto a la acción de Gobierno: "a favor", "en contra". Resulta particularmente interesante detenerse en esta segunda posición, ya que es a partir de ella que puede observarse la institución de incierto sentido común con respecto a qué entender por la práctica 'militante' de un periodista. Esto es, aquel que asume una posición afín o "defiende" la posición del gobierno frente a cualquier tipo de comentario o crítica.

De este modo, emerge un par de oposiciones, frente a la "prensa adicta al Gobierno nacional" emerge la figura de otro tipo de ejercicio profesional, signada -en el terreno de las definiciones del sentido común- por la "libertad" e "independencia" respecto de cualquier poder fáctico, pero, por sobre todo, del PEN.

Dado el par "militancia"/ "independencia" y partiendo del supuesto de que 'el medio es el mensaje', nosotros proponemos en este trabajo la deconstrucción crítica de estas definiciones sobre las modalidades que asume la práctica profesional que asocia militancia periodística a una relación de cooptación por parte del Gobierno, que renuncia a las definiciones tradicionales y 'básicas' del periodismo (independencia, objetividad, imparcialidad).

En este sentido, nos interesa analizar, especialmente, las formas en que dicha construcción político-discursiva del periodista escribiendo desde un espacio límbico o no-lugar se pone en juego al momento de disputar modelos de desarrollo de país, formas de entender la comunicación, la política; en definitiva, la realidad.

Palabras claves: Intelectual orgánico- práctica política- lucha de clases- ideología- profesionalidad periodística

Abstract

Since the debate for the law of Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) impelled by the government of Cristina Fernández de Kirchner, and with the precedent of the discussion on the resolution 125 that derived in a strong dispute with the media, considered as a central tool in the cultural battle, the notion of 'militant journalism' returned to scene. Especially, since the speech of the secretary of Telam, Martín García, when he said that "he preferred militants over journalists".

From this event and in narrow relation to the media texts of the television program "6, 7, 8" began to delineate two mediatic positions distinguishing with regard to the action of Government: "in favor", "in against". It turns out to be particularly interesting to stop in this second position, since it's from them from which the institution of uncertain common sense can be observed with regard to what understand for the 'politically active' practice of a journalist. This is, that one that assumes a certain position or "defends" of the government.

This way, it emerges a pair of oppositions, opposite to the "press addicted to the national Government" it emerges the figure of another type of professional exercise, sealed -in the field of the definitions of the common sense- for the "freedom" and "independence" with regard to any power, and for especially of PEN.

Given the pair "militancy"/ "independence" and departing from the assumption that 'the way is the message', we propose in this work the critical deconstruction of these definitions on the forms that assumes the professional practice that associates journalistic militancy with a cooption relation on the part of the Government, which resigns from the traditional and 'basic' definitions of the journalism (independence, objectivity, impartiality).

In this sense, it is interesting to us to analyze, especially, the forms in which the political-discursive above mentioned construction of the journalist writing from a non-place puts itself in game at the moment of discuss development models of country, ways of understanding the communication, the politics; finally, the reality.

Key-words: Organic intellectual - political practice - struggle of classes - ideology - journalistic professionalism

Introducción


A partir de algunos acontecimientos producidos en estos últimos años durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y de las disputas mediáticas que ellos ocasionaron se fue configurando una nueva concepción sobre la práctica periodística: la del “periodista militante”. En principio, nos gustaría repasar algunos de estos hitos que marcaron el retorno de esta definición de una práctica específica, pero con un sentido diferente al que se le otorgaba en el pasado.

Los dos puntos centrales, a nuestro entender, de esta “batalla mediática” se dieron a partir del tratamiento de la Resolución 125 y del debate, y posterior aprobación en el Congreso Nacional, de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Con relación al primero, comenzó a dividirse el escenario mediático entre aquellos medios conceptualizados como afines, ideológica o políticamente, al Gobierno y por ello valorados como “defensores” de la posición oficial. En relación al segundo -teniendo como fundamento el entramado de significaciones anteriormente mencionado-, se profundizó la apelación al desmerecimiento de determinadas coberturas periodísticas sobre la LSCA por considerarlas tributarias de una mirada “oficialista”, opacando la visibilidad que desde dichos medios gráficos se acentuaba: la puesta en discusión de los intereses “cruzados”, diversificados, de las empresas que tienen, entre otros negocios, participación o la propiedad de medios de comunicación. Lo que en ambos casos fue dejado de lado no sólo estuvo relacionado con aquello que se debatía (qué decía cada actor) sino, antes bien, los intereses que estaban en juego desde la empresa misma y cómo podían verse afectados a partir de la Resolución 125¹ o con la sanción de la LSCA².

Desde allí, comprendemos que comienza un proceso de resignificación con respecto a qué entender sobre la labor periodística así como sobre la “prensa militante”. Con la producción periodística de determinados medios así como desde voces de funcionarios del Gobierno comienza a desplegarse una cierta construcción que opone la “prensa militante” a -por denominarla de alguna manera- la “prensa independiente”, o “prensa libre”. Así, se fue configurando un nuevo “sentido común” con respecto a la labor periodística. En este marco, los efectos de las diferencias en la nominación se identifican en los modos en que deben ser entendidas las prácticas del “buen periodista”, esto es la distinción entre un “periodismo serio” y un “periodismo obsecuente”, entendiendo al primero como aquél que cumple con determinados requisitos: debe ser imparcial, neutral, libre, independiente, impoluto, objetivo, “en contra del poder”, buscar la verdad y describirla tal cual es, en su esencia. En suma, sobre la

1. Votación que terminó, según el diario seleccionado, con: una “derrota” del oficialismo en el Congreso o una “traición” de Cobos a su compromiso con “el modelo”.

2. Resolución legislativa calificada, nuevamente según el diario que se eligiera, como una “ley de Néstor Kirchner” o una “ley de la democracia”.



base de otra noción del sentido común que entiende a los medios de comunicación como una “ventana a la realidad”, se erige esta otra concepción, del periodismo que debe contar la verdad en su pura manifestación. En ese encuadre cobran sentido una de las máximas enunciadas por Jorge Fontevicchia: “Las opiniones son libres pero los hechos son verdaderos” (Perfil, 15/01/2011).

Por su parte, y contrariamente a lo anterior, el “periodismo militante” es significado como obsecuente, parcial, que sólo dice lo que le conviene (y si no existe lo inventa), dependiente del Gobierno. Al respecto, y como una de las consecuencias de esta nueva significación, se destituye una manera de entender la práctica periodística: aquella distintiva de los años ‘60 y ‘70 que bajo la misma nominación (“periodismo militante”) aludía al ejercicio de la investigación y la reflexión crítica sobre la realidad social, cuyo máximo referente fue Rodolfo Walsh.

Es por ello que consideramos fundamental someter a debate estas formas de concebir la comunicación masiva y, más específicamente, el trabajo periodístico. En este sentido, quisiéramos dejar sentado que las referencias que hagamos a diferentes artículos periodísticos que tratan el tema (“prensa militante) serán retomadas no para discutir con los autores de esas líneas, sino, más bien, para discutir las posiciones que ellos encarnan, y recuperarlas para iniciar el debate que nos interesa.

¿Por qué McLuhan?

Si bien no estamos haciendo un uso “oficial” o “literal” de las palabras de Marshall McLuhan sobre sus ideas acerca de la relación medios/mensajes, sí nos parecen productivas las palabras del autor para pensar la especificidad que adquiere hoy el lazo entre un medio de comunicación específico, en este caso la prensa escrita, con su público. Creemos que en este punto, no sólo las características del medio condicionan ese lazo, sino también las particularidades a las que la misma práctica periodística se ve determinada. Asimismo, y para comprender su inserción en un sistema del cual no sólo forma parte, sino que es un componente central en tanto que aporta el sustrato sobre el cual las empresas periodísticas no sólo generan sus ingresos, sino también, desde un lado quizás un poco más complejo para analizar, definen las significaciones respecto de la vida práctica y de la política.

Ciertamente, McLuhan prefiere analizar los condicionamientos materiales de la producción de los medios masivos de comunicación antes bien como determinantes técnicos de una era moderna que hoy, claro está, necesita ser repensada. Con todo, creemos que su apuesta imaginaria por una “aldea global” de integración masiva habilita la interrogación sobre su contra-

cara: esto es, la exclusión de determinados ejercicios en torno a la producción de mensajes y su modelización simbólica.

Así, quizás en un gesto -que podría ser calificado de atrevido, osado e incluso "fuera de lugar"- quisiéramos reincorporar la dimensión de lo ideológico para reflexionar en torno al terreno que habilita determinados modos de la producción de información. Esto es, cuáles son las implicancias de determinadas definiciones sobre aquella práctica llamada profesión periodística; asimismo, cuáles son las condiciones que habilitan a que puedan desarrollarse esas prácticas específicas de ese modo particular, y que sean concebidas bajo las formas de la corrección o incorrección -legítimas o "erróneas"- del ejercicio de la labor periodística.

En este sentido, esperamos se nos perdone esta lectura oblicua. Creemos que nuestra apuesta interesa en tanto se centra sobre un punto medular en el debate: la práctica periodística, y por supuesto su ejercicio, están inscriptas en un sistema gobernado por la lógica empresarial, en la que el medio se organiza como una empresa más entre tantas otras ramas de la producción; aunque con un peso específico y con una lógica propia, con sus intereses particulares, con un ejercicio de la profesión determinado. En tanto que empresa, aún cuando está regida por ciertas lógicas propias, veremos que nos permite entender a la información (forma particular de producción de significaciones) como una mercancía, es decir, como un producto que se ofrece en el mercado, un bien intercambiable.

Ahora bien, si el medio es una empresa y el mensaje es aquello con lo que se defienden unos intereses particulares; interesa también reinstalar la dimensión del conflicto como parte constitutiva de la estructuración de lo social. Por todo lo dicho, una construcción ideológica tiene como una de sus funciones fundamentales la de organizar las representaciones materiales (materiales en tanto producen prácticas) con las cuales la vida social se dota de sentido y se hace inteligible. Creemos que en los planteos que ubican bajo una relación inextricable forma y contenido, medio y mensaje, es necesaria la restitución en esa máxima mcluhaniana de las tensiones que organizan esta totalidad.

¿Periodismo vs. Ideología?

Una de las "ideas-fuerza" que hoy circulan acerca del periodismo, y que la fracción de la prensa que se (auto)ubica en las antípodas del "periodismo militante" retoma y hace parte del sentido común, es la de la independencia respecto de los partidos políticos, del gobierno de turno o "el poder", asumiendo así una especie de terreno imparcial, en cuanto a posicionamiento político, por un lado; pero también, en cuanto a que desde esta supuesta objetividad que

tendría (que tener) el periodismo se pudiera hablar desde un *no-lugar*, desde un espacio neutro o ausente donde las valoraciones estarían puestas en suspenso, ante el (supuesto) peso específico o autonomía de los “hechos”.

En este terreno del sentido común, es decir, de lo aceptado como “común” (correcto, cierto, bueno, coherente, esperable) en un momento histórico determinado, la noción de *ideología* aparece como un sinónimo de posición política. Así, el “buen periodista” tampoco debe tener “ideología”. Esta es la distinción que intenta explicar Fontevicchia:

“Periodismo e ideología son mundos muy distintos. Casualmente, el periodismo aspira a ser lo contrapuesto a la ideología. Como sucede con la relación entre la ciencia y la religión, para el creyente, ya sea político o místico, `si los hechos no se adecuan a la teoría -como bien ironizó Hegel-, tanto peor para los hechos´. El periodismo pone frenos a la ideología para que no se convierta en dogma y que cuando llegue al poder no se absolutice”. (Perfil, 08/01/2011)

Entendemos que en este párrafo de modo indirecto se establece un paralelismo entre el periodismo y la ciencia (en cuanto terreno de la verdad, opuesto a los dogmas: el lugar de un saber neutral porque es un saber verdadero). Y, a nuestro entender, es justamente esa posición discursiva la que muestra por entero su carácter ideológico respecto del periodismo³, al establecer una taxonomía para *comprender* y *organizar* el mundo, dotarlo de sentido y hacerlo inteligible. En este sentido, recurrimos a la distinción trazada por el propio Fontevicchia entre periodismo (o ciencia...) e ideología para recuperar las implicancias que las palabras del teórico francés Louis Althusser tienen con respecto a la diferenciación que este último establece entre la ciencia y la ideología, entendiendo a la primera como un sistema de representaciones y a la segunda como la posibilidad de conocimiento objetivo⁴:

“No se trata aquí de dar una definición profunda de la ideología. Basta saber muy esquemáticamente que una ideología es un sistema (que posee su lógica y su rigor propios) de representaciones (imágenes, mitos, ideas o conceptos según los casos), dotados de una existencia y de un papel históricos en el seno de una sociedad dada. Sin entrar en el problema de las relaciones de una ciencia con su pasado (ideológico), podemos decir que la ideología como sistema de representaciones se distingue de la ciencia en que la función práctico-social es más importante que la función teórica (o de conocimiento)” (Althusser 2004: 192 y 193).

3. De modo análogo, podríamos decir, el carácter ideológico de aquellos que definen su lugar como no-ideológico.

4. No queremos decir con “objetivo” verdadero en el sentido de una esencia que la ciencia vendría a develar con su conocimiento, al estilo de la *aletheia*, sino más bien a entender que la producción de conocimiento de lo social no depende de la persona que lo enuncia, sino de un sistema científico (aquí estamos haciendo referencia al Materialismo Histórico) y sus condiciones epistemológicas de producción de conocimiento (el Materialismo Dialéctico).

Es, entonces, sólo desde una posición ideológica que se puede enunciar la ausencia de ideología sobre la posición que uno ocupa. Es decir: a partir de la función práctico-social de la ideología, con un papel histórico en el seno de una sociedad dada, es que puede organizarse y hacerse comprensible, con las valoraciones (ideológicas) correspondientes, la vida de ese todo social estructurado en dominancia, diría Althusser. Identificamos así que es sólo desde un posicionamiento ideológico desde donde puede asegurarse como un *valor* propio del periodismo su oposición (pretendida, deseada) con respecto a la ideología (o su equivalente en el terreno de la política, es decir como “a político”).

Algo similar encontramos en los planteos Silvio Waisbord en su artículo “El error de la prensa militante”:

“Idealmente, el periodismo debe ser escéptico frente al poder y no ser crítico según el color político o ideológico de quien detente el poder. Debe mostrar los datos de la realidad porque los gobiernos y partidos tienden a producir y creer en sus realidades. Debe investigar los pliegues del gobierno porque el poder inevitablemente mantiene lugares oscuros.” (La Nación, 12/01/11).

Esa referencia al “periodismo ideal” es, a nuestro entender, y por lo dicho con anterioridad, una construcción *ideológica*, ya que no sólo asigna roles⁵ sino también valora esa realidad⁶ donde esa actividad social (el periodista), una entre tantas, se desarrolla. Ya volveremos sobre la cuestión del poder y el gobierno, pero quisiéramos dejar planteado que esta forma de entender la práctica periodística parece emparentar a un sujeto colectivo (el “gobierno”) un espacio/función social, que no se ocupa sin disputas (el “poder”). Sin embargo, antes creemos importante detenernos un poco más sobre la cuestión de la ideología. ¿Cuál sería la eficacia de la diferenciación entre ciencia e ideología? En los planteos de Fontevicchia, ya desarrollados unas líneas más arriba, encontramos las huellas de una disputa ideológica que omite no sólo su carácter parcial, sino también el objeto por el cual se combate. Al señalar que el periodismo debe abstenerse de valoraciones, y que su tarea es describir “hechos”, objetiva e imparcialmente, borra el carácter determinado⁷ del trabajo periodístico a la vez que diluye otro problema fundamental: el del lenguaje. Si partimos del supuesto que toda palabra ya

5. “Debe ser escéptico frente al poder...”, “debe mostrar datos de la realidad...”, “debe investigar...” (La Nación, 12/01/11)

6. “Los gobiernos y partidos tienden a producir y creer en sus realidades”, “el poder...mantiene lugares oscuros” (La Nación, íd).

7. Determinado en un doble sentido: por su carácter de trabajo asalariado, y por su condicionamiento simbólico, en tanto que producto de las condiciones históricas en las cuales se producen determinados enunciados.

está preñada de valoraciones⁸, no es posible plantear la existencia de un lenguaje neutro que permita “describir”, en forma neutral, acontecimientos. Allí reside también, a nuestro entender, otro de los puntos débiles de las posiciones encarnadas, en este caso, en la opinión de Fontevicchia. En este sentido, lo que se expresa en las afirmaciones de Fontevicchia (y tantos otros) es *la manera en la que viven lo que debería ser el periodismo hoy*, que, a nuestro criterio, en tanto que práctica social históricamente determinada la labor periodística sólo puede ser concebida como escindida de sus condiciones de producción bajo una *vivencia* ideológica. Es en este sentido que los señalamientos de Althusser se tornan más que productivos:

“En la ideología, los hombres expresan, en efecto, no su relación con sus condiciones de existencia, sino *la manera* en que viven su relación con sus condiciones de existencia: lo que supone a la vez una relación real y una relación `vívida´, `imaginaria´. La ideología es, por lo tanto, la expresión de la relación de los hombres con su `mundo´, es decir, la unidad (sobredeterminada) de su relación real y de su relación imaginaria con sus condiciones de existencia reales. En la ideología, la relación real está inevitablemente investida en la relación imaginaria: relación que *expresa* más una *voluntad* (conservadora, conformista, reformista o revolucionaria), una esperanza o una nostalgia, que la descripción de una realidad” (Althusser op. cit: 193 y 194).

Dado que esta doble relación (real e imaginaria) no tiene que ver con la experiencia de una especie de “yugo” que definiría de antemano todas las prácticas y todos los saberes de los sujetos, sino que, antes bien, es *productiva*, puesto que permite operar en el mundo social a partir de las distinciones que habilita, en este caso las que se realizan en torno a la valoración de la “buena” o “mala” práctica de la profesión periodística, entonces,

“En esta sobredeterminación de lo real por lo imaginario y de lo imaginario por lo real, la ideología es, en principio, *activa*, y refuerza o modifica las relaciones de los hombres con sus condiciones de existencia, en esa misma relación imaginaria” (Althusser *Ibídem*).

Desde esta perspectiva, en la que no es posible pensar la existencia de una sociedad sin ideología -porque toda forma de organización social necesita de representaciones que organicen su vida y sus relaciones- asignar una serie de preceptos (con una determinada carga valorativa) a una práctica específica es un *efecto ideológico*. Es decir, en tanto que constituye una manera de vivir las relaciones con sus condiciones materiales de existencia, se organiza la prácti-

8. Véase Voloshinov Valentín, *El marxismo y la filosofía del lenguaje*.

ca periodística bajo los imperativos de “Bien”/“Mal”; esta concepción puede rastrearse desde el título del artículo de Waisbord (“El error de la prensa militante”) o en algunas otras afirmaciones del empresario de medios argentino, Fontevecchia (“Los periodistas que trabajan en los medios grandes piensan que quienes se autotitulan periodistas militantes o comunicadores militantes critican al periodismo profesional por envidia” (Perfil, 15/01/11), o “Aunque subjetividad y sujeto sean inseparables, la búsqueda de la posición más neutral posible es el imperativo ético del periodista. La política partidaria o militante se apoya en otros principios. Suponer ambos es el deseo de quienes no aman el periodismo” (Perfil, 27/01/2011), donde se plantea una taxonomía que construye una determinada forma de referir a lo que debe *ser* y *hacer* un “buen” periodista⁹.

En la clasificación así construida por lo que sería hacer “buen periodismo” o lo que Fontevecchia llama “periodismo profesional”, identificamos que está operando de modo implícito, y como supuesto, una concepción “esencialista” e “inmanentista” con respecto a la vida social. Doble transparencia, supuesta en primer lugar, con respecto al mundo, que se ofrecería a la percepción en su esencia, sin opacidades; digamos, los “hechos” al desnudo. Pero también se incluye en esta forma de “percepción y apreciación” de lo social una segunda transparencia que es la que se observa con respecto al periodismo, este tiene -en el desplazamiento a un mandato moral- que describir “lo que las cosas son”, sin tergiversar ni alterar el “real” sentido, la esencia de las cosas. Porque en eso consiste, desde el sentido común hegemonizado por estas concepciones, el “error” de la “prensa militante” o su “falta de ética”, a saber: contaminar “las esencias”, no describirlas en forma imparcial y objetivamente.

La noticia como mercancía

Antes de continuar, nos permitimos hacer un breve rodeo para desarrollar algunas de las afirmaciones que habíamos planteado en la introducción del presente texto, esto es: toda la serie de acontecimientos que derivaron en este resurgimiento de las contraposiciones sobre lo que debería ser la práctica periodística. A partir de una ética y una forma específica de ejercerla (forma específica que, al plantearse como la legítima, desvaloriza y desmerece otras formas posibles) se puso de manifiesto que para las empresas periodísticas (el sustantivo es “empresa” y el adjetivo “periodística”) “informar” no es el único campo de interés, sino que es uno más (tal vez el más importante...) entre otros tantos intereses empresariales que modelan el funcionamiento de esas empresas (para citar un ejemplo, mientras se realizaban las

9. Alusiones que critican, de forma explícita o implícita, y producen, por oposición, una noción sobre lo que hace un “mal” periodista.

coberturas mediáticas sobre el tratamiento parlamentario de la resolución 125: se discutió la implicancia de *Clarín* y *La Nación* en dicho tema ya que eran partes integrantes de la feria Expoagro). En tanto que empresas de producción de información, la noticia, como su producto, puede pensarse en términos de *mercancía*, donde resultan particularmente productivos los planteos en que la pensaba el propio Karl Marx.

Para ello recurrimos a los aportes del "Fetichismo de la mercancía y su secreto", incluido en *El Capital*. ¿Por qué? Porque nos habilita a considerar y a analizar a la información como un "bien de mercado". En la superficie social, en su proceso de circulación e intercambio, Marx asegura que la mercancía borra las huellas de su recorrido desde mera materialidad sensible hasta su nacimiento como material "extrasensible": el valor que adquiere en el mercado está determinado por ser producto del trabajo humano. Nadie desconoce esto, afirmaba Marx, pero lo que no pueden descubrir, lo que se les escapaba a los economistas clásicos, era el secreto de la mercancía, de la *forma* mercancía. Ese secreto era, pudo ver Marx, su forma misma; es decir, su forma mistificada (Marx 1867). La necesidad de la apariencia era lo que otros no pudieron ver; aquí señalamos nosotros la homología con la información: ya todos sabemos que es siempre un sujeto (que escribe, que habla, que enfoca) el que determina "el ángulo de la información", para utilizar una expresión cara a los periodistas experimentados. El secreto está en su forma: la necesaria apariencia de objetividad que debe revestir toda información periodística, si quiere ser tomada "en serio". Aún cuando "la objetividad no existe", seguimos "informándonos".

Así, nos remitiremos al filósofo esloveno Slavoj Žižek, quien planteó esta misma pregunta pero acerca de la crítica ideológica: si, a partir de la famosa frase de Marx "Ellos no lo saben, pero lo hacen", hoy ya "lo sabemos", ¿esto quiere decir que es el fin de la(s) ideología(s)?

Para explicar esta tensión (entre saber y hacer) Žižek retoma a Peter Sloterdijk y su concepto de cinismo: a pesar de que conocemos la ilusión, la apariencia, nos empeñamos en sostener la máscara. Así, dice, todo elemento se protege de antemano a su crítica ideológica, teniéndola en cuenta desde el principio. Y reformula la frase de Marx: "Lo saben, y aún así lo hacen". Sin embargo el esloveno se resiste a abandonar la práctica de la crítica ideológica, porque sostiene que esta forma cínica pasa por alto una cuestión fundamental: la cuestión de la objetividad de la creencia. O para decirlo en términos althusserianos: la materialidad de la ideología, que se manifiesta en actos materiales insertos en prácticas materiales, de carácter objetivo. Y por ello resalta que la ilusión, la máscara, la pantalla no está del lado del saber, sino antes bien del lado del hacer: los hombres son fetichistas en la práctica, no en el conocimiento (Žižek 2003). En la práctica (en el intercambio diría Marx) los hombres actúan como si no supieran -que al equiparar mercancías en el mercado lo que hacen es equiparar sus trabajos humanos abstractos, que el rey es rey porque hay quienes adoptan la posición de súbditos y lo obedecen y no porque sea una gracia divina. En nuestro caso, se afirmaría que la información es objetiva porque "refleja" y describe la realidad.

En este sentido, resulta importante intentar una práctica de la “crítica informativa” (utilizamos esta expresión para resaltar la similitud de los procesos) ya que desplegar aquellas caracterizaciones entre la verdad o la falsedad de la información es no ver el “secreto de la forma”:

“... en tanto producción social de significación(es), terreno y herramienta de la lucha ideológica, no puede pensarse en esos términos, porque sería entrar en un ámbito lateral y relativamente insensible a lo que postulo como objeto de las ciencias de la Comunicación. Es, más bien, pensar sobre la necesidad de que ese elemento del campo de las significaciones sociales adquiera esa forma” (Ackerman 2009).

Podemos observar una construcción ideológica de una práctica específica, organizada a partir de representaciones dotadas de un papel histórico y determinadas por las condiciones materiales de existencia de un período histórico específico. No desconocemos que a partir del conocimiento de esta forma de operación estructurante de lo social no se desvanecerá la manera en la que opera, ni las instituciones o sujetos inscritos en ella. Como decía el propio Marx, y retoma Althusser, el inteligir los *porqués* de los procesos que se dan en la superficie social, y tratar de pensar acerca de cuáles son las condiciones (históricas e ideológicas) de posibilidad de esas formas específicas de lo social.

La militancia del “periodista profesional”

En la perseverancia e insistencia en definir la práctica periodística como una “profesión”, dijimos, opera un doble borramiento: por un lado, el del carácter ideológico de dicha concepción y, por otro, el ocultamiento de un interés económico particular: el valor de la mercancía noticia en la empresa periodística de que se trate. En un mismo movimiento, entonces, se desplaza el carácter conflictivo de lo social a sólo una de las partes en pugna: el periodista “militante”.

En tal sentido, nos resultan productivas las reflexiones que Antonio Gramsci realizara en torno a la figura del intelectual; más específicamente su concepción del *intelectual orgánico*:

“Cada grupo social, al nacer en el terreno originario de una función esencia en el mundo de la producción económica, se crea conjunta y orgánicamente uno o más rangos de intelectuales que le dan homogeneidad y conciencia de la propia

función, no sólo en el campo económico sino también en el social y en el político”
(Gramsci 2000: 9)

Así, podríamos afirmar que en toda formación social, cada grupo social nucleado en torno a un interés particular (producto del lugar que ocupa en la estructura productiva, aunque, agregamos, no sólo) tiene como correlato la emergencia de una figura cuya función se refiere a la homogeneización en el terreno de la cultura, en los modos de construir y hacer inteligibles las significaciones sobre la vida cotidiana. De modo sintético, este proceso de homogeneización de las representaciones y valores sobre la vida práctica, producto de la tensión entre disputas y consensos, permite la construcción de “acuerdos” sobre cómo concebir el mundo y las prácticas sociales. Es decir, una concepción hegemónica en torno a la vida social.

Es claro que al intentar definir, tal como hemos visto, la actividad periodística como una “profesión” lo que se pone en juego es una escisión del intelectual con respecto a las condiciones materiales de existencia que permiten su emergencia. Así concebido, el “periodista profesional” pertenecería a una *elite* que no debiera estar “viciado” de intereses particulares (económicos, políticos o ideológicos). Pero de modo análogo a la dimensión constitutiva que Althusser le asigna a la ideología, podría entenderse en los planteos de Gramsci sobre la dimensión “orgánica” a un grupo social que tiene el intelectual. Esta “organicidad” podemos entenderla como cierta forma de militancia, de determinados intereses particulares. Bajo esta forma, no sería posible pensar la dimensión profesional por fuera de la práctica política.

En este sentido, Gramsci señala que

“...los intelectuales ‘orgánicos’ que cada nueva clase crea junto a ella y forma en su desarrollo progresivo son en general ‘especializaciones’ de aspectos parciales de la actividad primitiva del tipo social nuevo que la nueva clase ha dado a luz”
(Gramsci 2000:10)

Comienza a hacerse visible entonces que oponer “periodismo profesional” a “periodismo militante” resulta productivo sólo bajo la disputa ideológica que modela tanto su forma como su contenido. Esto es, lograr atribuir aquellas características consideradas “indeseables” en un profesional de la información al “enemigo” político. Operación hegemónica por excelencia que se nutre de valoraciones históricamente construidas para designar al contendiente como aquél que rompe “las reglas”, en este caso de la profesión la periodística:

“Se justifica presentar la información sesgada para confirmar las certezas militantes y regocijar a los funcionarios aliados. El pensamiento crítico del periodismo es reemplazado por el acatamiento del militante” (La Nación, 12/01/2011)

Hegemonización del sentido en torno a la producción de la información entendiéndola bajo las coordenadas de la “neutralidad”, “objetividad”, “libertad” e “independencia” o como diría Waisbord en su nota:

“La diferencia es informar sobre la base del compromiso con principios democráticos -igualdad de derechos, tolerancia a la diversidad, transparencia en el uso de recursos públicos, participación amplia- o la adhesión a gobiernos de turno y plataformas partidarias” (La Nación, ídem)

Es decir, diluyendo la conflictividad que le dio origen a la definición de dicha práctica se opera una distinción entre, en este caso, prácticas profesionales “democráticas” de aquellas que son, por oposición, “militantes”.

Por todo lo dicho, cabe preguntarse entonces ¿a qué interés particular podría responder la profesionalidad del “buen periodista”? Encontramos, en primer lugar, aquellas definiciones políticas ligadas a la empresa mediática bajo la cual inscribe su producción intelectual: es decir, a la fracción social de la base material de la cual ese producto informativo es parte. En segundo lugar, vinculadas a aquellos intereses económicos de los que cada empresa periodística es parte o participa.

Comencemos por este último, la cuestión del financiamiento de las prácticas militantes. Encontramos por un lado, que desde aquellos sectores que se (auto)presentan bajo la modalidad de la “neutralidad informativa” cuestionan y critican el financiamiento del “periodismo militante” por ser “dependiente” de los recursos de los partidos políticos o gobiernos que como contrapartida exigen “subordinación” y “deformación” de los acontecimientos. Así, en nuestro país algunos periódicos recurren a la fórmula “medios oficiales” para dar cuenta de empresas periodísticas “afines al Gobierno”¹⁰. Este tema, sin duda, nos excede; sin embargo, nos permite plantear la pregunta en torno a cuáles son las formas de financiamiento de las autodenominadas “empresas periodísticas serias” y cómo influye su inserción en los distintos rubros de la economía al momento de informar (como dijimos, por ejemplo, con la exposición rural Expoagro¹¹).

10. Es así como el empresario Szpolski, y el conjunto de medios a su cargo, son calificados como “ultrakirchneristas”- adjetivo que pareciera bastar para dar cuenta de su “opacidad” informativa- al especular que cuentan con un mayor desembolso de los recursos del Estado vía mayores porcentajes de la pauta publicitaria oficial (Clarín, 15/01/2010).

11. Ver “Los medios de comunicación que reúne Expoagro” (DsD, 24/02/2009), “Clarín y La Nación, socios en la organización de Expoagro, coinciden en destinar su respectiva foto central a la muestra agraria, que se desarrolla en la localidad bonaerense de Baradero” o “Ningún otro matutino publica información sobre la inauguración de

El análisis en torno a la dimensión política de la práctica militante del “periodismo serio” se torna aún más complejo. En primer lugar, debido a que la posición ideológica desde la cual se profieren determinadas afirmaciones no es un lugar puro, previamente constituido a la instancia de enunciación; segundo, y como derivado de esto último, su deconstrucción necesariamente implica reconstruir la red de relaciones en las cuales se inscribe dicha producción. De todos modos, y aún a riesgo de caer en una lectura simplista, podríamos ubicar en este nivel de intervención en las que se presentan como generales intereses de un sector particular de la sociedad. Podemos mencionar como ejemplo de esto último, una editorial de La Nación que en su referencia al proyecto de ley sobre la participación en las ganancias por parte de los trabajadores califica “otra puñalada al sector privado” (La Nación, 14/04/2011).

Por último, y como caso extraordinario sobra las formas que asume la militancia en el “buen periodismo” haremos una breve referencia al Caso Noble- Herrera. En este tema, encontramos aquello que desde los artículos mencionados constituye la definición misma del “buen periodismo” y la expresión, por su opuesto, de la militancia periodística, esto es “la credibilidad del periodismo”, entendiendo que “radica en cultivar espacios de autonomía para informar algo que alguien con poder no quiere que se sepa”. En este sentido, encontramos que la confrontación con todo el Banco Genético de Datos de las muestras de ADN que serían extraídas a los hijos adoptivos de la dueña del diario Clarín, Ernestina Herrera de Noble, no fue acontecimiento noticioso para el mencionado diario el día de la confirmación (17 de junio de 2011). En este sentido, nos parece que vale la pena volver a mencionar la cuestión del lugar de enunciación, tema no menor en estas cuestiones, ya que, a nuestro entender, asumir el lugar de producción informativa como un lugar ideológico (en el sentido en que lo venimos trabajando) implica consecuencias diferentes al de (auto)posicionarse en un terreno de neutralidad axiológica, ya que en este último esa supuesta neutralidad se convierte -en casos como el mencionado- en un ocultamiento de esos hechos que dicen simplemente “reflejar”.

Efectos del borramiento de la conflictividad social

Las pujas por definir qué debería entenderse por periodismo no se realizan sólo en ese terreno. Encontramos operaciones nominativas similares en el terreno de la producción de conocimiento científico, donde bajo una apelación a la “imparcialidad” del cientista se construye

Expoagro. Sólo lo hacen Clarín y La Nación...” (DsD, 04/03/2010) o bien “Ambos diarios, socios en Expoagro, ensalzan en tapa esa muestra” (DsD, 03/03/2011).

un no lugar de neutralidad axiológica. Ahora, si bien en ambos casos, las nociones de “objetividad” y “neutralidad” se articulan para presentar como posible alguna práctica que se ubique por fuera del entramado ideológico que habilita su inteligibilidad; no queremos, desde ningún punto de vista, equivaler la tarea del científico a la del periodista¹². En primer lugar, porque sus prácticas responden a lógicas distintas; segundo, porque, por lo anteriormente mencionado, el *hacer*, tanto de una profesión como de la otra, está fundado en base a presupuestos diferentes; pero cuyas tensiones, sin embargo, son, hasta un cierto punto, tributarias de la dimensión conflictiva de lo social¹³.

Finalmente, la dimensión de neutralidad supuesta en el “buen periodismo” es, como ya dijimos, una construcción histórico-ideológica que organiza el sentido común y tiene como uno de sus efectos inmediatos la obturación de otro nivel de conflictividad de la práctica periodística, esta es: la producción social de significaciones, a través de la cual se organiza y se dota de sentido a lo social. En este punto, la práctica periodística posee una particularidad específica: en su quehacer se borran las propias huellas de esa producción. Así, ubicándose en ese espacio límbico en donde las jerarquías, taxonomías y clasificaciones cuentan hacia afuera pero jamás hacia el interior del campo periodístico (del que, claro está, para estas definiciones está excluido el periodismo militante), queda diluida la disputa en torno a la definición legítima de lo que es la realidad; o, mejor dicho, de su *significación*.

En este sentido, y tal como hicieramos mención en trabajos anteriores (ver Ackerman y Morel 2010), entendemos que los medios y el mensaje producido por los periodistas constituyen una de las tantas otras formas en que se expresa la materialidad de lo ideológico. Al respecto, la profundización de la disputa en torno a la construcción de las significaciones hegemónicas que permiten en este caso definir cuáles son las tareas del periodismo profesional implica, en última instancia el combate en torno a los marcos de interpretación y definición sobre cómo significar los hechos sociales, la vida práctica; en suma, lo que conocemos como “la realidad”.

12. Sin duda, cuando Fontevicchia alude a la diferenciación entre ideología y periodismo, cae en un error ya que una es condición de posibilidad de cualquier otra práctica social.

13. Encontramos un problema similar en aquellas formulaciones políticas que se autoconciben como “no-políticas”: nuevamente, obturando su comprensión como instancia de disputa, debate, tensión y lucha se prefiere resaltar los supuestos “beneficios” del consenso, el diálogo y la negociación; es decir, que se supone el terreno social como no signado por el cruce de intereses; y por ello mismo, cualquier tensión sería posible de ser resuelta si es posible definir acuerdos creados en función de un, en teoría, “bien común”.

Bibliografía

Ackerman S. (2009) "Algunas definiciones acerca de la relación medios-comunicación", ponencia presentada en la VI Jornada anual de Investigación en Comunicación. Universidad Nacional de General Sarmiento. Los Polvorines, prov. de Buenos Aires, noviembre.

Ackerman S. y Morel M.P. (2010) "Algunas anotaciones en torno a la producción de información", ponencia presentada en las XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. "Investigación y Participación para el Cambio Social", Universidad Nacional de Quilmes. Bernal, provincia de Buenos Aires.

Althusser A. (2004) *La revolución teórica en Marx*, México: Siglo XXI.

Gramsci A. (2000), *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires: Nueva Visión.

Mc Luhan M. (1996), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, España: Paidós.

Marx, K. (1867) "El fetichismo de la mercancía" en: *El Capital* tomo I, ediciones varias.

Zizek S (2003), *El sublime objeto de la ideología*, Buenos Aires: Siglo XXI.

Hemerografía

Clarín, 15/01/2010: "El Gobierno crea grupos de medios oficiales y ultrakirchneristas" (Wiñazki Miguel); disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2010/01/15/sociedad/s-02120183.htm>.

La Nación, 12/01/2011: "El error de la prensa militante" (Waisbord Silvio); disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1340778

14/04/2011: "Una puñalada al sector privado" (Editorial); disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1365352-otra-punalada-al-sector-privado>

Perfil, 08/01/2011: "Periodismo militante y subversión de la verdad" (Fontevicchia Jorge); disponible en: http://www.perfil.com/contenidos/2011/01/08/noticia_0035.html

15/01/2011: "¿El partido de los periodistas?" (Fontevicchia Jorge); disponible en: http://www.perfil.com/contenidos/2011/01/15/noticia_0041.html

Diario sobre diarios (DsD), 24/02/2009 disponible en:
<http://www.diariosobrediarios.com.ar/eldsd/diario/2009/febrero/diario-24-febrero-2009.htm>

04/03/2010, disponible en:
www.diariosobrediarios.com.ar/eldsd/diario/2010/marzo/diario-4-marzo-2010.htm

03/03/2011; disponible en:
<http://www.diariosobrediarios.com.ar/eldsd/diario/2011/marzo/diario-3-marzo-2011.htm>



Comunicación digital: de redes, memes y temas

Silvana Comba y Edgardo Toledo

Universidad Nacional de Rosario
seminariociber@yahoo.com.ar

Resumen

Actualmente asistimos a una nueva fase en la construcción de modos de comunicar y la forma que éstos asumen. Los dispositivos de comunicación a distancia/virtual -desde el telégrafo al satélite- nos devuelven una oralidad secundaria, postescritural, a la que se agregan las tecnologías de la memoria y la inteligencia. El uso de internet crea nuevos campos perceptivos, culturas diferentes y ambientes particulares. McLuhan (1964) plantea que debido a su función de extender nuestro sistema nervioso central, la tecnología electrónica parece favorecer la inclusión y la participación propias de la palabra hablada por sobre la palabra escrita especializada de las culturas alfabéticas. No obstante, en nuestros días la escritura, los textos que creamos y subimos a la web se están asimilando al lenguaje oral. Por ejemplo, los emoticones son representaciones visuales que nos retrotraen a la antigua escritura jeroglífica. El lenguaje multimedia -el uso de fotos, música, videos creados por los usuarios- también refuerza esta relación más compleja que existe entre oralidad y escritura y se despliega hoy en diferentes pantallas. Con la participación de comunidades que producen, comparten y distribuyen conocimiento, la web va adquiriendo nuevos rasgos como la presencia de grandes cantidades de información descentralizada. Hay un cambio de velocidad y de escala. Como lo describe McLuhan, el mensaje de cualquier tecnología es el cambio de escala que esa tecnología introduce en los asuntos humanos. Hoy la información parece estar multiplicándose a un ritmo nunca visto y, siguiendo la reflexión de Susan Blackmore (2010), esto es posible gracias al proceso de copia que se ve potenciado con la lógica digital. Los contenidos que hoy publicamos en la red actúan como verdaderos memes, es decir un tipo de información que se va copiando de usuario en usuario. Podemos ver claramente este fenómeno, que proviene de la biología y la cultura, en nuestras prácticas cuando usamos las redes sociales.

Palabras claves: ecología cognitiva - web colaborativa - oralidad - escritura - memes

Abstract

Nowadays a new phase in the forms and in the construction of ways of communication has arrived. Distance communication devices -from the telegraph to the satellite- give us a post-writing secondary orality back. Memory and intelligence technologies are added, as well. Internet use creates new perception fields, different cultures and particular atmospheres. McLuhan (1964) suggests that because of its action in extending our central nervous system, electronic technology seems to favor the inclusive and participational spoken word over the specialist written word of alphabetic cultures. However, nowadays, writing, texts we create are much more like oral language. For example, emoticons are visual representations that take us back to the ancient hieroglyphic writing. Multimedia language, such as the use of photos, music and videos created by users also reinforce a more complex relation between speech and writing that takes place on many different screens. With the participation of communities that produce, share and spread knowledge, the web acquires new features such as the presence of great pieces of decentralized information. There is a change in scale and speed. As McLuhan describes it, the message of any technology is the change of scale that it introduces into human affairs. Today information seems to be multiplying at a pace never seen before and, according to Susan Blackmore (2010), this is possible thanks to the copy process that is promoted by the digital logic. Contents we published in the web act as real memes, a kind of information that is copied from user to user. We can clearly appreciate this phenomenon coming from biology and culture in our practices when we are involved in social networks.

Key-words: cognitive ecology - collaborative web - orality - writing - memes


Introducción

Este trabajo es el resultado de nuestra investigación sobre los usos sociales de tecnologías de comunicación e información y los distintos modos de producir conocimiento con el uso de estas tecnologías¹. Comenzamos estudiando los procesos de comunicación que contribuyen con la creación de ambientes virtuales de interacción. En ese proyecto de investigación denominado *La comunicación digital en la educación: modos de conocer con el uso de tecnologías*, examinamos las diferentes plataformas de e-learning y entrevistamos a expertos vinculados al diseño de estas plataformas. En el siguiente proyecto -en el cual estamos aún trabajando- y como resultado de hallazgos anteriores, nos adentramos en el tema del uso social de herramientas digitales (weblogs, microblogs, wikis, redes sociales, celulares) que resultan más accesibles desde el advenimiento de lo que se ha dado en llamar la web 2.0.

Cada herramienta creada por los hombres influyó el modo de entender el mundo y, en consecuencia, a ellos mismos. Como lo señala Weizenbaum (1995), la imprenta cambió el modo en que los hombres percibían el mundo incluso para los millones de personas que nunca vieron un libro. En el siglo XV, toda clase de embarcaciones y otros artefactos, sus mitos y leyendas, influenciaron el imaginario tanto de los que se quedaron en tierra firme como de los navegantes. Las herramientas, los dispositivos van pasando de mano en mano, de cuerpo en cuerpo, propician usos comunes y se convierten en mensajeros de la memoria colectiva. Por consiguiente, las herramientas pueden ser consideradas como máquinas de percibir/conocer/construir sentido. Funcionan en diferentes niveles: algunas extienden los límites y transforman la naturaleza de nuestras percepciones -los telescopios, microscopios, teléfonos, cámaras, videocámaras, etc. Otras máquinas, especialmente cambian nuestra relación con el tiempo y el espacio; es el caso de los autos, los aviones, los relojes, la televisión y las computadoras con conexión a internet. Finalmente, muchos artefactos nos ofrecen modelos por medio de los cuales podemos comprender situaciones complejas a través de metáforas.² Las diferentes herramientas cognitivas -los sistemas de comunicación, escritura, registro y reproducción de información- junto con determinadas formas institucionales y sociales, moldean ecologías cognitivas particulares. Veámoslo en un ejemplo de la historia. Para solucionar efectivamente el problema de recordar y recuperar los pensamientos, la oralidad primaria

1. Publicamos varios artículos relacionados con este tema: "El hombre y la máquina: nuevas prácticas profesionales", *Revista Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* N° 52, España (2002); "Tecnologías digitales: los mundos posibles..." en *De Signis n°5 Corpus digitalis. Semióticas del mundo digital*, Barcelona (2004); "La comunicación digital: nuevos ambientes de interacción en la formación universitaria.", en *Revista Razón y Palabra* N 63, editada por el Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/scomba.html> (2008); "En tiempos del lenguaje digital", en *Diario Página 12*, Buenos Aires (2009); "Comenzamos a escribir como hablamos?", en *Diario La Capital* de Rosario, 2010. También disponible en: http://www.lacapital.com.ar/contenidos/2010/11/26/noticia_0027.html

2. Pierre Levy es un autor de referencia para profundizar este enfoque sobre las herramientas cognitivas.



descansaba en el uso de recursos nemotécnicos. La escritura separa el conocimiento de la persona que conoce al estimular el pensamiento abstracto y objetivarlo en diferentes soportes: papiro, códice, libro, etc.

Walter Ong (1992) sugiere que el crecimiento de la comunicación electrónica nos introduce en una era que denomina oralidad secundaria. La TV, la radio y, en nuestros días, las redes sociales son similares a las culturas orales porque fortalecen el sentido de comunidad. Y McLuhan (1964) señala que debido a su acción de extender nuestro sistema nervioso central, la tecnología electrónica parece favorecer a la palabra hablada, con su sentido inclusivo y de participación, más que a la palabra escrita, que es más analítica, propia de las culturas alfabéticas. No obstante, hoy en día, los textos escritos que creamos se parecen al lenguaje oral. Por ejemplo, los emoticones son representaciones visuales que nos retrotraen a la antigua escritura jeroglífica. Este tipo de escritura y los ideogramas chinos, de acuerdo con la perspectiva de McLuhan, son formas de escritura culturalmente más ricas que impidieron a los hombres la realización de una transferencia inmediata del mundo mágico, tradicional y discontinuo de la palabra tribal al medio visual, frío y uniforme. El lenguaje multimedia que integra las fotos, la música, los videos creados por los usuarios también refuerza una relación más compleja entre oralidad y escritura que se expresa en diferentes pantallas. Como afirma McLuhan, *el medio es el mensaje* significa, en términos de la era electrónica, que se ha creado un ambiente totalmente nuevo.

Actualmente, una cantidad creciente del conocimiento se crea y distribuye por medio de simulaciones interactivas como resultado del uso de la comunicación digital. El tipo de herramientas cognitivas/ tecnologías intelectuales que prevalecen en una ecología cognitiva particular alienta diferentes modos de conocer, tales como el mito, la teoría, la simulación, etc., con su propio estilo, valores y criterios de evaluación.

La introducción de nuevos dispositivos/herramientas siempre pone en riesgo una porción de mundo aparentemente estable y nadie puede predecir lo que surgirá a cambio.

Velocidad y escala

Harnad (1992), en su ensayo *La galaxia post-Gutenberg: la cuarta revolución de los medios de producción de conocimiento*, reconoce como revolucionarios, dentro del panorama de transformaciones de los medios que han moldeado la forma en que nos comunicamos, solamente a la palabra, la escritura y la imprenta, porque sólo esos tres, según el autor, tuvieron un efecto

cualitativo sobre el modo en que pensamos. Y, en consecuencia, los tres influyeron decisivamente sobre los modos en que expresamos los pensamientos y, aún más, en qué es lo que podemos pensar. El resto de las innovaciones tecnológicas (teléfono, teletipo, fax, procesador de textos, etc.) sólo constituyeron refinamientos cuantitativos de los medios creados por la oralidad, la escritura y la imprenta, hasta ahora cuando la invención de la comunicación instantánea de muchos-a-muchos está a punto de provocar la cuarta revolución cognitiva.

Los dos factores que median los efectos cualitativos son la velocidad y la escala. La palabra redujo la velocidad del pensamiento. La escritura a mano la redujo aún más. Pero con la introducción de la máquina de escribir (mecánica, luego eléctrica y por último electrónica) y, posteriormente, el procesador de textos, volvimos a un tempo cercano al del habla.


El cambio no es sólo de velocidad sino también de escala. La información parece estar multiplicándose a un ritmo nunca visto y, siguiendo la reflexión de Susan Blackmore (2010), esto es posible gracias al proceso de copia que se ve potenciado por la lógica digital. Seguramente que no siempre se produce información nueva, pero sí las copias varían -lo que siempre ocurre- y si no todas las variantes sobreviven como para ser copiadas nuevamente, estamos en presencia del proceso completo de selección natural. A partir de aquí, puede emerger información verdaderamente nueva. Nada de esto puede suceder sin el proceso de copia.

Los contenidos que hoy publicamos en la red actúan como verdaderos memes, es decir un tipo de información que se va copiando de usuario en usuario. El término meme fue acuñado por Richard Dawkins, Profesor de Estudios sobre la Ciencia en la Universidad de Oxford, en 1976³. Dawkins ofreció algunos ejemplos de memes: melodías, ideas, slogans, ropa de moda, estilos arquitectónicos, etc. Otros ejemplos pueden ser hábitos, destrezas, canciones, historias que se van transmitiendo por imitación y otros procesos que diferentes disciplinas están tratando de explicar.

Los memes, al igual que los genes, son replicadores. Es decir, información que se va copiando con variación y selección. Podemos ver claramente este fenómeno, que proviene de la biología y la cultura, en nuestras prácticas cuando usamos las redes sociales.

Actualmente las computadoras alojan gran cantidad de información, con una extraordinaria capacidad de almacenamiento y de copia de datos, con mucha fidelidad. La mayor parte de la variación y la selección aún la realizamos los usuarios. Pero ya hay ejemplos de software que recombinan viejos textos para crear nuevos ensayos, o que traducen textos para crear nuevas versiones y seleccionan entre vastas cantidades de textos, imágenes y datos. Este es un proceso de copiado radicalmente nuevo realizado enteramente por máquinas. Por eso, en lugar

3. *The Selfish Gene -El gen egoísta-* es el nombre del libro donde Dawkins acuña el término meme para referirse a la unidad de evolución cultural humana, análoga al gen.



de hablar de memes, estaríamos en presencia de memes, es decir memes tecnológicos. Los seres humanos tendemos a creer que somos los diseñadores, creadores, supervisores de este mundo emergente pero, en realidad, estas nuevas máquinas están almacenando, copiando, seleccionando y realizando variaciones con la información digital para generar nueva información que estamos usando los seres humanos.

Podemos hablar claramente de un cambio de velocidad y escala. Como lo describe McLuhan, “el mensaje de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala o ritmo o patrón que introduce en los asuntos humanos” (1964: 24). Y el significado de *el medio es el mensaje* es que “las consecuencias personales y sociales de cualquier medio -es decir, de cualquier extensión de nosotros mismos- es el resultado de la nueva escala que se introduce en nuestros asuntos por cada extensión de nosotros mismos, o por cada tecnología... El ferrocarril no introdujo el movimiento, el transporte, la rueda o el camino en la sociedad humana, sino que aceleró y agrandó la escala de las funciones humanas previas, creando ciudades totalmente nuevas y nuevos tipos de trabajos y entretenimientos” (1964: 23-24).

Las comunidades crean nuevos tipos de contenidos

Henry Jenkins (2009) explica que “las metáforas de los *medios virales* y los *memes* emergieron durante un período de transición en la relación entre consumidores y productores: al principio, esta terminología reflejó un desplazamiento del *modelo push* de la era del broadcasting hacia el *modelo pull* de los comienzos de internet; luego, la terminología mantuvo su valor de uso a medida que nos trasladamos desde un era de medios personalizados hacia las prácticas más comunitarias asociadas al advenimiento de las redes sociales y la emergencia de lo que el gurú de la industria Tim O’Reilly identificó como la *arquitectura de la participación*.”

Actualmente estamos en presencia de un nuevo modo de comunicación que Manuel Castells (2007) denomina *mass-self communications* –o autocomunicación de masas. Es comunicación masiva porque potencialmente alcanza a una audiencia global a través de las redes P2P, la conexión a internet y las redes sociales. Pero la palabra audiencia, quizá, ya no nos ayuda a describir el tipo de proceso que está teniendo lugar en el nuevo ambiente.

De manera similar, Shirky (2008) centra su atención en el pasaje de un modelo de comunicación uno-a-muchos, característico de la comunicación masiva, al esquema de muchos-a-muchos que tiene lugar en los blogs, los microblogs y las redes sociales; y en el tipo de contenidos que se diseminan en los diferentes espacios virtuales.

Shirky señala "...los blogueros que tienen una docena de lectores no tienen una pequeña audiencia: directamente no tienen audiencia, sólo tienen amigos... Es fácil comprender por qué la audiencia de la mayoría de los contenidos generados por los usuarios es tan pequeña... Y es fácil ridiculizar este tipo de fenómeno como publicidad narcisista. ¿Por qué alguien publicaría tales tonterías? Es simple. No se están dirigiendo a una audiencia" (Ibidem: 89).

La audiencia no es sólo una comunidad grande, y una comunidad tampoco es una audiencia pequeña porque tiene la densidad social de la que carecen las audiencias. Los blogueros y los usuarios de redes sociales operan en pequeños grupos como parte de una comunidad. Sus conversaciones -chismes, breves actualizaciones, pensamiento en voz alta- ahora están en el mismo medio donde encontramos información producida profesionalmente por periodistas o editores culturales. Este fenómeno es totalmente nuevo y a veces conduce a errores en la interpretación de las actuales formas de comunicación. No estamos habituados a que los self-media y los mass-media se mezclen y, por consiguiente, tendemos a pensar que todos estamos haciendo broadcasting. La mayoría del contenido generado por usuarios no está destinado para un consumo general, del mismo modo que una llamada telefónica a un familiar no se considera como "contenido generado por la familia" (Ibidem: 86).

Llegados a este punto, volvamos a la cuestión de cómo y por qué esta enorme cantidad de contenidos creados por los usuarios circulan en la actualidad. Creemos que la metáfora de los memes contribuye a explicar este fenómeno que es posible porque la comunicación digital permite una fácil distribución de nuevos contenidos generados por los usuarios. Y, a la vez, promueve nuevas gramáticas en la creación de contenidos.

Una de ellas es el remix, práctica asociada con muchos memes exitosos online. La noción de remix incluye "...modificar, hacer bricolage, reordenar, sobreimprimir, etc. imágenes, sonidos, películas, música, conversaciones, etc. originales o no." (Knobel & Lankshear: 56)

En su libro *Remix*, Lawrence Lessig (2008), el investigador que creó el concepto de cultura libre, señala que el conocimiento y la manipulación de tecnologías multimedia es el modo de alfabetización de la generación actual. En nuestros días, la información y otros productos simbólicos no llegan a nosotros sólo por medio de fuentes profesionales, es decir, la industria de los contenidos. Las tecnologías digitales proporcionan herramientas para democratizar la producción y, al hacerlo, cambian la relación entre productores y consumidores redefiniendo la dinámica de la cultura popular.

Shirky se refiere al mismo proceso y lo denomina amateurización masiva, ya que ahora no tenemos que ser editores profesionales para poder publicar. Es decir, un conjunto de capacidades expresivas se trasladan desde un grupo de profesionales para incorporarse a la sociedad,

de manera ubicua, disponible para muchas personas que proponen y exploran nuevos modelos de comunicación y coordinación sin la necesidad de pedir permiso antes de hacerlo.

La participación intensiva de los usuarios en las redes sociales trae aparejado el problema de cómo filtrar los contenidos, y también la respuesta. Las comunidades online desechan los contenidos que consideran de poca importancia para sus usuarios y centran su atención en la información que tiene un valor especial en el nuevo contexto. "El concepto de *filtrar y luego publicar* tenía sentido en un contexto de escasez de medios, algo que ya es parte del pasado. La expansión de los medios sociales significa que el único sistema de trabajo que puede funcionar es *publicar y luego filtrar*" (Shirky: 97).

Con el uso creciente de las redes sociales y la enorme cantidad de contenidos que se actualizan continuamente, estamos volviendo a ciertos aspectos del modelo push del broadcasting pero ahora son los usuarios quienes hacen circular los contenidos en sus propias comunidades.

Sherry Turkle (2007) nos brinda un análisis basado en la psicología con respecto a los motivos que promueven la participación tan intensiva de los usuarios. Habla de un nuevo estado del ser, un ser amarrado. "Estamos amarrados a nuestros dispositivos de comunicación 'always-on/always-on-us'⁴ y a las personas y los objetos a los que recurrimos a través de esos dispositivos: amigos, páginas web, correos de voz, juegos, inteligencia artificial... El ser, ahora adherido a sus dispositivos, ocupa un espacio liminal entre lo real/físico y su vida en la pantalla (Turner 1969). El ser participa en ambos dominios al mismo tiempo."

Turkle considera que estas tecnologías que nos sujetan/amarran son tecnologías íntimas -por ejemplo, los celulares y las redes sociales- que se convierten en un medio para recibir una validación, una especie de *check in*. Cuando pensamos o sentimos algo, uno *puede* o *necesita* validarlo a través de la diseminación del nuevo tipo de contenidos emocionales en diferentes redes. "La validación (de un sentimiento que ya se tuvo) y la habilitación (de un sentimiento que no puede sentirse sin esa validación externa) se están convirtiendo en lugares comunes..." (Turkle: 17). La conexión íntima con nuestros dispositivos nos proporciona una especie de GPS social y emocional para nuestros seres sujetos, como ingeniosamente lo describe Turkle.

4. En inglés se puede apreciar un juego de palabras ya que la preposición *on* significa *encendido* y, a la vez, *sobre*. "Siempre encendidos, siempre sobre/con nosotros", podría ser la traducción al castellano.

La cultura revisited: las prácticas de los usuarios de nuevos medios

En nuestros días, la escritura en la web se está pareciendo cada vez más al lenguaje oral. Los libros ya no son el soporte predominante para la multiplicidad de textos que ahora circulan en diferentes pantallas. A diferencia de lo que ocurre en el papel, los usuarios hoy se encuentran con un nuevo tipo de símbolo, más plástico y maleable: textos, imágenes e íconos que fueron diseñados para ser manipulados. Las pantallas electrónicas son máquinas para leer/hacer, un lugar donde símbolos posibles emergen a partir de la selección de un usuario particular.

El concepto de oralidad secundaria, de Walter Ong, no sólo significa la existencia de una nueva escritura basada en la cultura oral sino, principalmente, la transformación de la escritura en un tipo de cultura oral. Los SMS representan una nueva forma de escritura, una especie de hablaescritura que nos retrotrae a tiempos antiguos. De manera similar, la escritura cuneiforme, tiene reglas fonológicas y grafológicas simples y contundentes. La complejidad, la irregularidad y la irrelevancia no tienen lugar ahí. Actualmente estamos escribiendo desde y para la oralidad. Podemos encontrar otro ejemplo en los emoticones que constituyen representaciones visuales que nos remontan a la antigua escritura jeroglífica. La representación literal está cambiando radicalmente la abstracción grafológica del texto.

La cuestión de los diferentes soportes y el espacio disponible es un factor fundamental que influye en los modos de comunicar. Ariel Torres (2010) describe este proceso en la historia. “Los griegos de la época de Sócrates, por ejemplo, escribían todo en mayúsculas y sin espacio entre palabras. Su idioma estaba preparado para aprovechar al máximo el escaso espacio disponible. Con un poco de entrenamiento era posible leer de corrido un texto que parecía extraído de la fantasía más delirante del más osado diseñador gráfico...Las abreviaturas y ligaduras eran también comunes para ajustar lo que pretendía decirse a un espacio que, literalmente, era duro como la piedra. De hecho, esto siguió haciéndose durante siglos y puede todavía verse en muchas iglesias y monumentos europeos...Tras siglos de progreso, cada persona cuenta hoy con más espacio para publicar que el que disponía toda la especie humana para el nacimiento de Cristo”. Un ejemplo donde podemos ver el regreso a la escasez de espacio es la propuesta de Twitter. No obstante, y paradójicamente, con el lenguaje hipertextual propio de la escritura digital, nunca dispusimos de tanto espacio para desplegar contenidos. La estructura en capas del hipertexto habilita a los usuarios/lectores a realizar múltiples e infinitos recorridos, con distintos niveles de profundidad.

Al cambiar el tipo de escritura, también está cambiando rápidamente el modo en que leemos. Leemos de modo similar a como hablamos, con mayor impaciencia. Los nuevos libros necesitan hipervínculos porque están diseñados para ser leídos en pantallas -también las de los celulares. Podemos pensar a los nuevos libros como registros de la actividad oral online.

Las transformaciones en el lenguaje de los nuevos medios -en favor del multimedia- también producen cambios en nuestra relación con diferentes tipos de contenidos. Podemos pensar el modo en que los usuarios nos involucramos con los contenidos que leemos, creamos, transformamos, subimos o bajamos de la red como un proceso que tiene lugar a través de una serie de plataformas, espacios y textos relacionados. Ese involucramiento se puede expresar como la suma de comportamientos, actitudes y deseos en relación a esos contenidos. Por ejemplo, el consumo de otros productos y contenidos relacionados o la participación en actividades e interacciones (juegos, foros, blogs, etc. a partir de una serie). Y, por consiguiente, la creación de nuevos contenidos.

Ivan D. Askwith (2007) propone cinco lógicas que estarían funcionando y nos ayudan a entender el tipo de involucramiento con los contenidos distribuidos que consumimos.

- 1- **La lógica del entretenimiento (nos gusta mirar):** el placer de estar entretenidos como uno de los principales motivos que nos conducen a los consumos de diversos tipos de contenidos (videos, música, literatura, etc.)
- 2- **La lógica del contacto social (¿viste eso?):** los consumos culturales nos proporcionan una base para la conversación y la interacción social, creando un sentido de pertenencia. Las conversaciones hoy se prolongan en las redes sociales, los blogs y los múltiples espacios que ofrece la red para conformar comunidades.
- 3- **La lógica del experto (todos somos expertos):** se refiere a satisfacer el deseo intelectual de dominar la complejidad, interpretar los matices y solucionar los desafíos que nos presentan los distintos contenidos. Puede consistir en predecir cómo se resolverá una secuencia narrativa, adivinar las intenciones ocultas de un personaje o reconocer referencias opacas. El placer experimentado se asocia al de los juegos: la satisfacción de superar un desafío. Por ejemplo, las series con varias temporadas, presentan múltiples líneas argumentales entrecruzadas y personajes de una increíble profundidad que demandan una atención sostenida que va más allá de las películas de 90 minutos y la televisión broadcasting.
- 4- **La lógica de la inmersión (estar ahí):** la sensación de estar rodeado por completo por otra realidad que concentra toda nuestra atención. La inmersión puede ser textual como ocurre en la creación de mundos ficcionales que ofrecen las series y películas, con múltiples opciones para involucrarse (juegos, foros, comics, etc.). O extratextual, cuando los usuarios desean conocer y experimentar el proceso de producción, por ejemplo, de una serie, los lugares, los actores, los detalles que, en otro momento, quedaban reservados los productores.
- 5- **La lógica de la identificación (somos lo que miramos):** el involucramiento con los contenidos que consumimos puede contribuir a reafirmar nuestra identidad y a expresarla

a los otros. Esto sucede cuando compartimos contenidos y opiniones en la red, a la vez que mostramos nuestras preferencias.

Volver a comprender a los medios

Harold Innis (2010) plantea que las distintas tecnologías de comunicación tienden a favorecer una de dos características opuestas: *se vinculan al tiempo* o *se vinculan al espacio*. Algunas tienden a la inmutabilidad, preservando la comunicación a través del tiempo, por ejemplo, el libro; otras, a la movilidad, haciendo posible las comunicaciones a través de espacios cada vez más remotos, como es el caso de internet.

La web ha creado un nuevo ecosistema. A medida que internet va reprogramando nuestras prácticas cognitivas y sociales, surgen nuevas preguntas. Por ejemplo, hoy en lugar de preguntarnos: “¿por qué publicar esta información?”, la pregunta es, muchas veces: “¿por qué no publicarla?”.

Comprender los usos sociales de las tecnologías de comunicación nos conduce a la comprensión del hombre y sus prácticas. Las herramientas tienen un efecto psicológico importante porque nos dicen que nos podemos recrear a nosotros mismos. Como lo intuyó McLuhan “en esta era eléctrica -nosotros diríamos era digital- los hombres nos vemos constantemente traducidos cada vez más en información que se traslada en forma de extensión tecnológica de la consciencia... Es decir, que podemos traducir cada vez más aspectos de nosotros mismos a otras formas de expresión que nos exceden” (Op cit: 64). Pensemos, por ejemplo, en nuestra inteligencia colectiva expandida/distribuida en un gran número de comunidades virtuales. No obstante, McLuhan señala una diferencia entre este tipo de tecnologías y las mecánicas. “Las tecnologías anteriores eran parciales y fragmentarias, y la tecnología eléctrica es total e inclusiva. Hoy en día es tan necesaria una especie de consciencia o consenso externo como una consciencia privada. Con los nuevos medios, sin embargo, es posible almacenar y traducir todo; y la velocidad no es un problema” (Ibidem: 65).

Lo que estamos intentando comprender es cómo los hombres, junto con las máquinas que creamos, nos recreamos y, al mismo tiempo, recreamos modos de estar juntos, modos de hacer y de ser en el mundo.

Bibliografía

Askwith, I. (2007) *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*, New York University, último acceso 20 de agosto de 2010, <http://cms.mit.edu/research/theses/IvanAskwith2007.pdf>

Blackmore, Susan (2010) "The Third Replicator", *The New York Times*, ultimo acceso 22 August 2010, <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2010/08/22/the-third-replicator/?hp>

Castells, M. (2007) "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication 1*, último acceso 18 de marzo de 2011, <http://www.nabilechchaibi.com/resources/Castells%20%20Communication,%20Power%20and%20Counter-Power.pdf>

Innis, H. (2000) citado por Duguid, P. y Seely Brown, J., en *The Social Life of Information*, Watertown, Harvard Business School Press.

Jenkins, H. (2009) *If It Doesn't Spread, It's Dead (Part Two): Sticky and Spreadable -- Two Paradigms*, ultimo acceso 13 de febrero de 2009, http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p_1.html

Knobel, M. & Lankshear, C. (2007) *New Literacies: Everyday Practices & Classroom Learning*, London, Open University Press.

McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: the extensions of man*, New York: Signet Books, The New American Library Inc.

Ong, W. (1992) *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*, México: FCE.

Shirky, C. (2008) *Here Comes Everybody. Revolution doesn't happen when society adopts new technology, it happens when society adopts new behaviors*, London, Penguin Books.

Torres, A. (2010) "Gramática Twitter: 10 claves para leer mejor", en *La Nación Tecnología*, 13 de agosto de 2010, disponible en http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1293988

Turkle, S. (2007) "Always-on/Always-on-you: The Tethered Self", *Handbook of Mobile Communication and Social Change*, James Katz (ed.), Cambridge, MIT Press, último acceso 7 de octubre de 2010, http://web.mit.edu/sturkle/www/Always-on%20Always-on-you_The%20Tethered%20Self_ST.pdf

Desbordes de lo radiofónico

Andrea Calamari

Directora del Departamento de Comunicación y Lenguajes
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Universidad Nacional de Rosario
andreacalamari@yahoo.es

Resumen

Presentamos aquí algunas incipientes reflexiones acerca de los límites y desbordes que la radio plantea para pensar el actual contexto de mediatización de lo sonoro. El medio de comunicación nacido a principios del siglo pasado ha generado prácticas socioculturales, modos de escucha, rutinas de producción, códigos estéticos y perceptivos propios que se mantuvieron con cierta estabilidad, pero también con sutiles y -a veces- bruscas mutaciones a lo largo de casi cien años. La metáfora de la ecología mediática nos permite recorrer la "evolución" de un medio que no ha hecho sino adaptarse y transformarse continuamente.

Palabras claves: Radio - medio de comunicación - ecología mediática - adaptación - mediatización

Abstract

We present some reflections about the limits and overflows posed by radio to think the current context of mediatization of the sound. The media borned early last century has led to cultural practices, modes of listening, production routines, and perceptual own aesthetic codes that were maintained with some stability, but also with subtle and, sometimes, sudden mutations along almost one hundred years. The metaphor of media ecology allows us to explore the "evolution" of a media that has done nothing but continually adapt and transform.

Key-words: Radio - media - media ecology - adaptation - mediatization

Momentos de radio

Proponemos partir de dos escenas contemporáneas, casi simultáneas, en torno a lo que comúnmente damos en llamar **radio**.

- Sábado, 14.30 horas. En el patio del Hospital Neuropsiquiátrico José T. Borda, alrededor de una gran mesa se reúne un grupo de internos para dar comienzo a la transmisión del día de la fecha. Entre ellos hay locutores, columnistas, conductores de programas y lectores de correspondencia. Alrededor hay estudiantes, oyentes, comunicadores, visitantes ocasionales, internos diseminados por el patio. Comienza la transmisión de LT22 Radio La Colifata. El alcance de la radio es suficiente para que, desde cualquier lugar del hospital, cada uno de los 1200 internos pueda sintonizarla. Cada uno de ellos también puede participar de la emisión.

- Miércoles 20 de abril de 2011. Víctor Hugo Morales toma posición en la cabina de transmisión de la Cadena SER, del Grupo PRISA, en el Estadio Santiago Bernabéu para relatar la final de la Copa del Rey entre el Real Madrid y el Barcelona. Millones de oyentes sintonizan su radio para escucharlo en distintos puntos de España, América Latina y hasta en los sectores hispanos de Estados Unidos. En Rosario, Buenos Aires, Salta, Corrientes, Río Cuarto, también están escuchando la transmisión de Radio Continental.

¿Cuál es el hilo conductor entre estas dos escenas? En ambas está presente **la radio**, ambas experiencias se autodenominan como radio; no obstante ¿hay algo más en común entre estas dos escenas?

Como **dispositivo tecnológico**, ambas experiencias parten de la captación, a través de un micrófono, de sonidos producidos por una fuente. Estos son transformados en señales eléctricas, las cuales son transmitidas por distintos soportes y, finalmente, vueltas a convertir en señales audibles -sonidos- percibidos por el oído humano. Las diferencias parecen ser de orden cuantitativo: más o menos alcance, menor o mayor disponibilidad de recursos técnicos; más filiales, más oyentes, más dinero puestos en juego en uno que en otro emplazamiento.

Como **hecho cultural**, las experiencias son bien diferentes. La Colifata, en una especie de remedo de aquellas emisoras que antiguamente abrían sus puertas a una audiencia que disfrutaba in situ de grandes orquestas y elencos de radioteatro, provoca encuentros cara a cara, cuerpos que se ven (y hasta se tocan), sostenidos en una oralidad casi primaria, trasvasando no sólo la irremediable ceguera de la radio, sino también su unisensorialidad y su distante mediación (Ong 1987). En el otro caso, decenas de millones de personas de más de veinte paí-

ses conforman una audiencia global que recibe la voz de un relator contando las peripecias de uno de los espectáculos mediáticos más globalizados del planeta (aunque particularmente “local”, ya que se trata de la Copa del Rey de España). Para un oyente argentino, el relator es local, bastante cercano; sin embargo sus modos adquieren cierta impostación que le exige su condición de “visitante” en la casa matriz de la empresa multimedia. El oyente, asimismo, es constantemente advertido de su condición de minúscula parte de una gran audiencia, contradiciendo una de las históricas características adjudicadas al medio¹.

Como **espacio de negociación de sentidos**, podemos dar por descontado que no “negociamos” de igual manera con los internos del Borda que con la multinacional de la comunicación. Aún haciendo la salvedad de que partimos de una mirada que relativiza el poder atribuido tanto a los medios como a los emisores en general, podemos aventurar que, en estos dos casos tomados como ejemplo, se producen y procesan relaciones entre emisores y receptores de muy distinto orden.

Como **práctica sociocultural**, ambas experiencias tienen distintos objetivos explícitos y generan entornos bien diferenciados. Entre un “espacio de salud pluridimensional”² y “uno de los grupos mediáticos más rentables del mundo”³, existen infinitas diferencias a nivel de las prácticas puestas en juego en lo que refiere a las modalidades de producción, a las prácticas de recepción, a los modos de circulación de los mensajes de estas dos “radios”.

Éstos son sólo algunos apuntes acerca de dos casos, tal vez en polos extremos, que nos permiten graficar toda la multiplicidad de prácticas, posiciones de escucha, dispositivos de

1. Durante años, los manuales de radio resaltaron una de las ventajas que el medio poseía por la sobrevaluada televisión: la característica de innegable intimidad por medio de la cual convocaba a cada oyente. La lógica del contacto en la radio, nos siguen diciendo los manuales, está dada por la cercanía y la interioridad, de modo tal que cada oyente se siente único y, a diferencia del espectador televisivo que siempre se sabe parte de una masiva audiencia, percibe que sólo le hablan a él.

2. El psicólogo Horacio Olivera, coordinador de Radio La Colifata la define, en una entrevista propia, como “un proyecto que entrelaza el ámbito comunitario, el comunicacional y el terapéutico para generar un espacio de salud pluridimensional. No sólo se ha consolidado a lo largo de todos estos años sino que ha inspirado proyectos similares en otros psiquiátricos de Argentina como es el caso de ‘Radio Zondita’ de los internos del psiquiátrico El Zonda de San Juan y de otros países como Uruguay, Chile, España y Alemania. Hoy prácticamente en todos los psiquiátricos públicos y privados hay talleres de radio. Esto hace 10 años era impensable y fue producto del suceso de ‘La Colifata’, que abrió este espacio de reconocimiento a la dignidad de las personas con sufrimiento mental”.

3. Continental forma parte de PRISA, autodefinida como “la compañía líder en creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa, gracias a su oferta multicanal de productos de máxima calidad. Presente en 22 países, llega a más de 50 millones de usuarios a través de sus marcas globales *El País*, 40 Principales, Santillana o Alfaguara. Como líder en prensa generalista, televisión en abierto y de pago, radio hablada y musical, educación y edición, es uno de los grupos mediáticos más rentables del mundo con un abanico extraordinario de activos. Su presencia en Brasil y Portugal, y en el creciente mercado hispano de Estados Unidos, le ha proporcionado una dimensión iberoamericana, y le ha abierto un mercado global de más de 700 millones de personas” www.prisa.com/quienes-somos/.

enunciación y sistemas de representación simbólica de naturaleza diferente y que conviven en nuestra sociedad bajo el denominador común de **radio**.

Repasemos nuestras escuchas, las propias y las ajenas. Indecibles cantidades de **radio(s)**: radio generalista, radio de noticias, radio educativa, radio barrial, radio local, radio regional, radio nacional, radio extranjera, radio a la carta, radio evangelizadora, radio comercial, radio musical, radio hitera, radio de pop, radio de rock, radio de cumbia, de reggaeton, de folklore, de tango, de hip hop, radio romántica, radio electrónica, radio militante, radio guerrillera, radio servicio, radio pública, radio privada, radio gubernamental, radio online, radio infantil, radio oficial, radio oficialista, radio opositora, radio bilingüe, radio universitaria, radio municipal, radio provincial, radio en la escuela, radio en la cárcel, radio en el psiquiátrico, radio en el geriátrico, radio de resistencia. ¿No serán muchos adjetivos para un solo nombre? Tal vez suene acolegado, pero la comunicación audiovisual ha sido ampliamente más prolífica a la hora de nombrarse a sí misma: televisión, video, producción audiovisual, realización audiovisual, cine, corto, película, canal o film, claramente se refieren a prácticas, productos y dispositivos bien diferenciados entre sí. Nadie diría que hace televisión cuando filma, edita y sube su producción a You Tube. You Tube no es la televisión, mas los podcasts son **radio**. Alguien arma un “canal” en una escuela, no una “televisión”. Sin embargo, su correspondiente sonoro es una “radio” en la escuela; es decir, una práctica absolutamente alejada del medio de comunicación lleva su mismo nombre. Cualquier tipo de práctica sociocultural mediatizada con sonidos está, desde el punto de vista nominal, indisolublemente ligada a la **radio**.

Los sonidos se multiplican en aparatos receptores de diversa índole dentro de las casas, los autos, las vitrinas, los gimnasios, los paseos de compras, en cada computadora hogareña o en la oficina, cada mp3, mp4, cada i-phone, cada celular, creciendo exponencialmente en el aire. Pero claro, aquí ya hace falta una precisión, la radio -las radios- ya no transita sólo por el éter, hay otras voces, otros ámbitos. La **radio** (en principio no tenemos más opción que seguir llamándola así) ha desbordado los límites trazados por una tipología de los grandes medios de comunicación propia del siglo XX, por la cual los medios gráficos quedaban subsumidos en la prensa, los sonoros estaban representados por la radio y los audiovisuales por la televisión. Por otra parte, esta categorización, de la que es subsidiaria la conformación de las carreras universitarias de comunicación en lo que respecta a los diseños curriculares (en torno a la adquisición de ciertas habilidades en el manejo de los respectivos lenguajes) así como las agendas de investigación acerca del medio, ha ido sufriendo algunas mutaciones. No obstante, tanto aquellos diseños como estas agendas siguen “atrapados” en la citada tipología de los medios, sobre todo en lo que se refiere a la **radio** como el medio de sonido por antonomasia.

Un colectivo barrial o gremial, difunde sus “contenidos” por la web, o a través de una pequeña planta transmisora; un grupo de insurgentes proclama sus arengas desde un micrófono, la misa y el rosario diarios se repiten incansablemente en algún punto de la frecuencia modula-

da, dos alumnos improvisan frente a un grabador sobre la base de la consigna de la maestra, un locutor engolado pronostica el tiempo desde la amplitud modulada, un adolescente hace un *scratching*, *samplea* y *lupea* sobre una voz de circulación pública y lo sube en su Facebook, un pastor con acento caribeño convoca a un encuentro sanador. ¿Todos ellos hacen radio?

Podríamos decir que no, si nos atenemos a considerar el interrogante en el marco de una práctica que se inauguró en las primeras décadas del siglo XX con “ese medio que la sociedad va a denominar y consumir como radio”⁴ (Fernández 2008) y que, como todo medio masivo de comunicación, se fue instalando como espacio privilegiado en la producción y circulación de la palabra pública, como una forma novedosa de percepción, de sensibilidades, de apropiación y “entres” propios de unos modos de escucha particulares. Existen tantos objetos culturales, prácticas, dispositivos, artefactos o declaraciones de principios que llevan el nombre de **radio**, que podríamos inferir que “lo radiofónico” ha desbordado, no sólo los límites de aquel ya legendario medio de comunicación aparecido hace casi cien años, sino los de un lenguaje particular hecho de palabras, música, sonidos y silencios. Pero ese medio de comunicación tampoco es el mismo y ha sufrido importantes cambios a lo largo de estos años.

No se trata de diagnosticar la clausura de un conjunto de espacios de circulación de sentidos en la sociedad, algunos consolidados, otros emergentes. De lo que se trata, en todo caso, es de problematizar, desde el campo de los estudios sobre comunicación, el tradicional “espacio” reservado al abordaje teórico-práctico de la radio o las distintas denominaciones de lo radiofónico (lenguaje radiofónico, realización radiofónica, producción radiofónica, etc) a partir de la constatación de los cambios operados a nivel de la circulación del sonido mediatizado en nuestras sociedades.

La radio como especie

La **radio** no es una experiencia única en sus múltiples manifestaciones; distintas experiencias reciben idéntico nombre. Tampoco ha sido siempre la misma a lo largo de su historia, sucesivos procesos de diferenciación se han ido desarrollando desde sus inicios. Proponemos entonces recorrer, mediante el ensanchamiento lateral de la metáfora de tradición mcluhaniana de la *ecología mediática*, el complejo proceso por el cual la **radio** ha devenido en prácticas, lenguajes y “dispositivos de enunciación” de índole tan diversa (Traversa 2001). Entre las co-

4. “Ese medio que la sociedad va a denominar y consumir como radio, incluye varias series de fenómenos: dispositivos técnicos que se van a ir incorporando al uso radiofónico generando posibilidades y restricciones de construcción discursiva, géneros y estilos radiofónicos que van a ir apareciendo y consolidándose y lo mismo va a ocurrir con prácticas sociales nuevas relacionadas con el nuevo medio” (Fernández 2008: 35).

rrientes y escuelas teóricas que han abordado la complejidad de los diferentes procesos comunicativos, los estudios de la ecología mediática nos permitirán hacer foco en las relaciones entre tecnologías, medios y ambientes mediáticos.⁵

El ambiente mediático así considerado establece, de manera implícita e indirectamente, ciertos modos en que los sujetos se relacionan con los medios, así como los modos de percepción generados a partir del entorno construido. ¿Cuál es el hábitat que la radio ha construido? ¿Cuáles las modalidades de interrelación con los sujetos que ha ido generando? Y, por último, ¿de qué modo la radio, considerada como *especie*, ha surgido, evolucionado, mutado en el ecosistema de medios?⁶

Siguiendo la riqueza metafórica propuesta por la Ecología de Medios, podemos arriesgar que toda la vida mediática *evolucionó* a partir de una o de pocas formas simples de *organismos* tecnológicos. Las primeras formas de **radio** emergieron en la Tierra probablemente hace cientos de miles de años a través de una forma embrionaria conocida como **voz humana**. Durante los siguientes miles de años no ocurrió ningún cambio significativo en la morfología de este primitivo organismo tecnológico. El siguiente cambio sustantivo en la estructura lo constituyen los inventos técnicos que posibilitaron captar sensorialmente un sonido alejado de su fuente.

La aparición del **telégrafo** en la primera mitad del siglo diecinueve -que fue el primer dispositivo de telecomunicación que permitió la transmisión de señales a distancia-, el posterior surgimiento de la telegrafía sin hilos o **radiotelegrafía**, así como del **teléfono** fueron requisito necesario para el desarrollo de la **radio**, que emergió como tal hace poco más de noventa años.

Nos dice Darwin que todas las especies evolucionan a partir de variedades preexistentes por medio de la *selección natural* y que el nacimiento de toda nueva especie es gradual y de larga duración. La radiotransmisión cuenta entonces en su *deriva genética* con: telégrafo, ondas electromagnéticas, teléfono, ecuaciones de onda, fonógrafo, paquetes de electrones, gramófono, señales, ondas hertzianas. Cambios en pequeña escala que fueron conformando un

5. Neil Postman, integrante junto a Marshall McLuhan y Walter Ong -entre otros-, de la escuela de la Media Ecology, definió de esta manera su objeto de estudio: "Media Ecology looks into the matter of how media of communication affect human perception, understanding, feeling, and value; and how our interaction with media facilitates or impedes our chances of survival. The word ecology implies the study of environments: their structure, content, and impact on people. An environment is, after all, a complex message system which imposes on human beings certain ways of thinking, feeling, and behaving. It structures what we can see and say and, therefore, do. It assigns roles to us and insists on our playing them. It specifies what we are permitted to do and what we are not." Postman, Neil. What is media ecology? Disponible en: http://www.media-ecology.org/media_ecology/. Fecha de consulta: 16/05/2010.

6. Tal como nos recuerda Carlos Scolari, esta metáfora ecológica no ha sido suficientemente explorada y no deberíamos desatender la potencialidad que se abre a partir de su "aplicación", por el campo semántico que la misma posibilita, en <http://hipermediaciones.com/2010/06/24/media-ecology-explorando-la-metafora/#more-805>

proceso de *microevolución* dentro del más largo proceso *macroevolutivo* de *especiación* -aparición de una nueva especie- de la **radio**.

Pero un dispositivo tecnológico, por muy novedoso e inédito que sea, no alcanza para conformar un medio de comunicación. Los **programas** más antiguos de radio pueden rastrearse en estratos sonoros de más de un siglo; algunos creen encontrar restos fósiles correspondientes a los primeros años del siglo veinte.

“La Nochebuena de 1906, utilizando el principio heterodino, Reginald Fessenden transmitió desde Brant Rock Station (Massachusetts) la primera radiodifusión de audio de la historia. Así, buques en el mar pudieron oír una radiodifusión que incluía a Fessenden tocando al violín la canción O Holy Night y leyendo un pasaje de la Biblia.”, detalla la más universal de las enciclopedias actuales, la digital Wikipedia. También agrega que *“las primeras transmisiones para entretenimiento regulares, comenzaron en 1920 en Argentina. El día 27 de agosto desde la azotea del Teatro Coliseo de Buenos Aires, la Sociedad Radio Argentina transmitió la ópera de Richard Wagner, Parsifal, comenzando así con la programación de la primera emisora de radiodifusión en el mundo”*.

La voz acusmática, hasta entonces sólo prerrogativa del ocultamiento teatral, fue proyectada por fuera de los límites de la comunicación interpersonal -que hasta entonces proponía el teléfono-, o de los canales secretos de lo militar y la diplomacia -con la propia telegrafía sin hilos-. Muy poco tiempo había transcurrido desde los primeros pasos -naturalmente torpes e inseguros- dados por la nueva especie en la Tierra: En tierras germanas, “bajo la denominación de ‘abuso de aparatos del ejército’, algunas emisiones habían pasado informaciones por encima de las trincheras sin significado estratégico, simplemente de entretenimiento. Tales emisiones se sustrajeron al control central.”⁷ Desde 1917, esta incipiente e inesperada transmisión radiofónica, se convirtió en el entretenimiento preferido por los soldados alemanes que consistía en “el informe del ejército junto a música y lectura de periódicos y libros: se trataba de emisiones consistentes en voces lastimosas y sonidos chirriantes que a duras penas se podían denominar musicales” (Schlichting 2005).

También nos recuerda Darwin que un mismo *medio ambiente* no admite a todos los miembros de una *población* en crecimiento. En estos inicios, la nueva especie llamada **radio** tuvo rasgos que le permitieron una mejor *adaptación* al *medio ambiente* que algunos de sus progenitores: telégrafo, fonógrafo y otros miembros de la *población* con características menos *adaptadas* al nuevo entorno configurado, fueron quedando en el camino de la *evolución* mediática.

Estos rasgos tienen que ver con otra *rama* de la cadena evolutiva de la **radio**, y es la que la emparenta, en forma ascendente, con el circo criollo, el folletín, los payadores, la música. El

7. Schlichting, Hans. “Orígenes de un espacio auditivo familiar. La radio como una instalación sonora cotidiana” Revista TELOS N° 60, <http://www.campusred.net/telos/cuadernoinprimible.asp?idarticulo-4>, consultado 10/08705.

desarrollo de la radio como *especie* diferenciada también hace pie en su adscripción a la “esfera de lo popular” (Barbero 1987)⁸.

La década del veinte es testigo del nacimiento de un medio de comunicación en un entorno particular inaugurado por la novedad que comportaba la irrupción del sonido captado a distancia. Los modos de percepción y cognición, paralelamente, van adquiriendo las formas que proponen la magia, el desconcierto, la fantasía y la imaginación de unas voces que llueven del cielo. La nueva tecnología tempranamente traspasa los límites de la transmisión de señales para convertirse en otra cosa: una nueva *especie* que estaba llamada a ser el medio masivo y popular por excelencia.

Estamos hablando de LA RADIO en general que, aún con sus mínimas divergencias en cada una de sus manifestaciones particulares (las emisoras), era ese medio de comunicación casi unívoco en cuanto a sus prácticas de producción, programación y escucha. Durante los años treinta, cuarenta y cincuenta del siglo pasado, oyentes y programadores lo eran de la radio en general: se producía LA RADIO, se escuchaba LA RADIO. Orquestas musicales, elencos de radioteatro, transmisiones deportivas y algo -muy poco- de información, constituyeron durante mucho tiempo, no sólo la base de lo que se escuchaba en el aire, sino, además, los modos de configuración de ciertas prácticas sociales y culturales asociadas a ese nuevo, aunque ya consolidado, medio de comunicación. La *adaptación* de la nueva *especie* estuvo dada también al nivel del aparato receptor. Los primeros artefactos receptores de radio no eran cómodos ni fácilmente manipulables, exigían ciertas destrezas por parte de los radioescuchas, quienes provistos de sus auriculares, sintonizaban en solitario un sonido esquivo.

“La radio a galena era una radio con audífono y con una piedrita hecha de plomo y azufre, con una puntita de sintonizador tenías que saltar justo en el plomo de la emisora. Con esa escuché la pelea de Firpo-Dempsey”⁹.

“Yo vivía en el campo y lo único que teníamos era una vitrola, esas a cuerda, con cuatro o cinco discos que, te imaginás, marchaban de la mañana a la noche. Una tarde llega don Francisco Ferrero, era un vecino que estaba distri-

8. “La tradición de los payadores y el circo criollo tiende el puente entre el folletín gaucho y los cómicos ambulantes con la radio. La radio será desde el principio eso: música popular, recitadores, partidos de fútbol, y desde el año 1931 por antonomasia radioteatro” (Barbero 1987).

9. Este, como los siguientes “testimonios”, corresponden a viejos escuchas de radio, entrevistados por estudiantes de la cátedra Producción Radiofónica, a cargo de la Profesora Andrea Calamari, de la carrera de Comunicación Social de la UNR, entre los años 2001 y 2009 y forman parte de una propuesta de investigación en curso.

buyendo radios en el campo. Te la dejaba por un tiempo para que la probáramos, si a uno le gustaba se la quedaba y hacía un plan de pagos.

Me acuerdo como si fuera ayer, llegó en un auto. (...)Te estoy hablando de la década del 30 (...)

_ 'Mire Don Ramón le traigo esto', dijo Ferrero a mi papá que era muy español.

_ 'Pero qué es eso hombre, qué me trae', le dijo mi papá.

_ 'Le traigo una radio don Ramón'

_ 'Pero no, eso es difícil de manejar'

_ 'Pero sí, mire...'

Y bueno, la dejó.

Era a batería”.

“Yo estaba fascinada cuando llegó la radio me parecía mentira que uno movía un botón y escuchaba... ¡y no a uno sólo, a unos cuantos! Además en el campo, para nosotros era maravilloso”

Los parlantes constituyeron una nueva *adaptación* de la especie que trajo aparejada una práctica social que caracterizó los años de esplendor de la radio familiar, la radio espectáculo, la radio entretenimiento compartido.

“A la noche la mayoría escuchaba novelas, todos tomando mate y escuchando ahí, prendidos a la radio. Y si había tormenta, un ruido a descarga de la gran siete, se sentía, pero despacito”.

“Si había tormenta, era una descarga que no se escuchaba nada, nada, nada. Me perdí finales de novela, me perdí cantantes en Buenos Aires, nos perdíamos montones de cosas.

Un ruido y te decían: ‘¡Apagá la radio porque se va a romper!’”.

Aquella incierta piedra que lograba captar un también incierto sonido, logró, en pocos años, llegar al “milagro” que significó la radio portátil. En 1954, salieron a la venta en Estados Unidos

los primeros “radios de transistores” y esto trajo aparejado un cambio fundamental en el *entorno*. Desde el punto de vista de la producción, la radio desarrolló otra ventaja: el aumento de las horas de programación, ya que los oyentes dejaron de padecer el calentamiento de las válvulas. Durante años había que esperar que el aparato se calentara para poder acceder al sonido y era necesario apagarlo con cierta premura para evitar el recalentamiento.

“Apareció la radio con pilas que vos la podés llevar en cualquier lado y así te vayas arriba de la terraza, te vas a dormir, siempre tenés la radio. Esa es una novedad, un invento extraordinario que se utiliza ahora sin necesidad de gastar luz.”

Con el nuevo desarrollo, tampoco haría falta reunirse en torno al inmenso aparato receptor. No se imponía la escucha grupal o familiar, la radio comenzaba a caminar sola. Como no era preciso que todos escucharan lo mismo, la radio ganaba en algo de diversidad. Si cada uno puede llevar su propia radio a donde quiera, los programadores están en condiciones de pensar y segmentar los criterios de programación en función de nuevas escuchas. Aparecen, incipientemente aún, las individualidades. Paralelamente, la radio comienza una nueva *adaptación* a la que fue obligada, a mediados de siglo, por un nuevo proceso de *especiación*.

Co-evolución

Drawin describe la *adaptación* como el proceso mediante el cual una *población* se adecua mejor a su hábitat o entorno, así como a los cambios operados en su estructura o funcionamiento para lograr esa adecuación. En este proceso se dan también las relaciones entre distintos organismos, produciéndose interacciones que pueden adquirir las formas del *conflicto* o de la *cooperación*. El ambiente mediático iniciado a partir del surgimiento de la **radio**, cuyo paso “natural” a la televisión se inició a finales de la década del cincuenta, fue el entorno propicio para el desarrollo de un conjunto de *adaptaciones* complementarias, ya que la *evolución* de una *especie* provoca *adaptaciones* en la otra. La televisión y la radio iniciaron por estos años un proceso de *co-evolución*, por el cual la televisión pasó a ocupar el centro del comedor de cada casa y en la **radio** se fue dando origen a algunas variantes *fenotípicas*.

Un *genotipo* puede definirse como el conjunto de genes de un organismo y el de la radio, desde su consolidación como medio de comunicación, estuvo marcado por el entretenimiento.

El *fenotipo*, por su parte, es la expresión de aquel genotipo en función de un determinado ambiente, algo así como sus rasgos característicos.

Podríamos determinar que las relaciones entre radio y televisión a mediados del siglo veinte se dieron en los términos que Darwin define como *especiación simpátrica*: el proceso por el cual dos especies divergen sin que haya aislamiento geográfico o cambios en el hábitat. Si la televisión fue la *especie* que mejor se *adaptó* a las características que el ambiente propiciaba para el entretenimiento, la *deriva genética* de la **radio** la llevó a generar sus propias extremidades (al modo de un renacuajo que desarrolla sus patas para salir del ambiente acuático) para darle movilidad, hacerla más ágil y liviana¹⁰.

La televisión se quedó en la casa, dedicada a entretener a la familia; la **radio** salió a buscar noticias. La *especie* sufrió *mutaciones* importantes, ya que el entretenimiento pasó a ocupar un lugar secundario en su programación, sacando provecho de su nueva “ventaja comparativa”. Seguir la noticia hasta el “lugar de los hechos” es infinitamente más costoso para la nueva especie/tecnología, que (como un pesado mamut) se mueve torpemente, debiendo arrastrar tras de sí cámaras, cables, micrófonos, presentadores de traje, equipos de exteriores. Paralelamente, otro *evento* independiente venía desarrollándose: el disco plano para la grabación y reproducción de música ha ido evolucionando en términos de velocidad de grabación, capacidad de almacenamiento y calidad en la reproducción. Dejar atrás también el imperioso “vivo y directo” permanente de la radio, modificó radicalmente los modos de producción radiofónica presentes hasta el momento. Nuevos formatos desarrollaron también nuevas audiencias; nuevos entornos, nuevas percepciones.

La radio es más ágil, más barata, más simple. Se consolida entonces este nuevo desarrollo de la *especie*: la **radio informativa**. Durante la década del sesenta la **radio** -toda la radio- se llena de voces. Voces más frescas y desacartonadas que abandonan paulatinamente las restricciones impuestas por los libretos; la radio “se suelta”. La nueva *especie* no era una predadora. Tampoco provocó con su aparición un evento de extinción de la progenie en los términos en los que -con cada proceso de *especiación* en el entorno mediático-, se diagnostica la desaparición de la *especie predecesora* augurándole sólo destino de fósil.

10. Es interesante el comentario de Jorge Hidalgo Toledo en referencia a su asistencia, hace dos años, al Encuentro de la Media Ecology Association (MEA), referido al “biologismo imperante en muchas de las ponencias en las que percibí a la televisión y particularmente a la imagen como especie predadora entre los medios”, en <http://www.revistadircom.com/dircom-en-latinoamerica/mexico-dircom/243-la-imagen-la-especie-predadora-impresiones-desde-la-media-ecology.html>, consultado el 20/06/2011. Coincidimos en la relativización de las supuestas características predadoras de la televisión en particular y de la imagen en general y preferimos pensar en los rasgos co-evolutivos que ambos medios poseen a partir de la novedad que comportó la captación del sonido a distancia. La incorporación de la imagen aparece, en este caso, como un desarrollo “natural”, un perfeccionamiento del “invento” anterior.

Se sigue añorando en algunos espacios aquellos “años dorados” en los que la radio tenía orquestas, elencos de radioteatro, público en sus auditorios, libretos para seguir puntillosamente. Esa parece haber sido una radio “creativa”; la que le sucedió, carga el mote de “improvisada”. Como la paleotelevisión de Eco, aquella radio intentaba ocultar el artificio, sancionaba el error, se movía lentamente. Podríamos pensar, sin embargo, que gracias a este proceso de co-evolución con la TV, la radio se sacó lastre de encima.

Hay una llamativa excepción que Darwin plantea en el proceso de adaptación que determina que algunas características en las especies son “sexualmente atractivas” aunque carezcan de otro significado adaptativo. La cola del pavo real o la melena del león parecen no cumplir ninguna función en términos de adaptación. Sólo los hacen más lindos. La *selección sexual* es menos rigurosa que la natural: no extingue a los competidores, sólo los deja apabullados. Las hembras, colocadas como espectadoras, eligen al compañero más atractivo. Colores brillantes, enormes cornamentas, largos y coloridos plumajes pueden ser “cargas incómodas”, pero aumentan la atención de los demás. Los colores brillantes de la pantalla de TV hicieron ver más oscura (más invisible, a fin de cuentas) que nunca a la radio. La televisión se llevó consigo a los libretistas, los elencos, los actores famosos, el glamour.

Especies de radio(s)

Los setenta traen consigo una nueva posibilidad técnica de transmisión: la frecuencia modulada no sólo elimina ruidos, diversifica la emisión. El nuevo dispositivo técnico produce la primera bifurcación de la especie **radio** desde el punto de vista de la emisión, de la programación, de las prácticas de escucha. La recepción está marcadamente segmentada por la presencia o ausencia de un botón en el aparato. El dispositivo por medio del cual un aparato receptor puede pasar sucesivamente de AM a FM no es sólo un botón, es una puerta de entrada a “lo moderno”. La presencia o persistencia en la ausencia de ese botón, marca también una brecha generacional. Adelantándonos unos años en la cadena evolutiva, resulta llamativo el modo en que, así como la Noblex Carina carecía de la posibilidad de escuchar FM, algunos artefactos actuales -reproductores de mp3- niegan el acceso a la AM.

La radio -de frecuencia modulada- se llena de música, durante las décadas del setenta y ochenta la FM es una subespecie dirigida casi exclusivamente a la audiencia juvenil que, con auriculares en sus oídos, lleva la música consigo. Esta música, por fuera del medio, tiene una circulación restringida -por los costos, las posibilidades de acceso, los precarios sistemas de grabación caseros- y tiene en la radio de frecuencia modulada su canal privilegiado de difusión. La aparición de la frecuencia modulada permitió la primera gran segmentación de

programación, por lo tanto de audiencias, de esa ya vieja especie entre los medios de comunicación. Los años ochenta no hacen más que complejizar esta simple división en dos subespecies: la AM generalista y la FM musical configuran públicos bien diferenciados.

Entrados los años ochenta se produce una explosión de voces, comenzando a conformar las radios en las que todos hablan y quieren hablar: circuitos cerrados, alternativas, populares, truchas, en amplitud modulada algunas, en frecuencia modulada la mayoría de ellas, las radios se convierten en el objeto de deseo de todos aquellos que sienten que tienen algo para decir. En este sentido, aquella segmentación por medio de la cual la frecuencia modulada sólo pasaba música, comienza a cambiar por una simple cuestión de costos. La FM se llena de programas “en los que se habla” porque es más barata y de más fácil acceso, y aquel botón que diferenciaba generaciones y prácticas de escucha pasó a ser, en muchos casos y en los años subsiguientes, un sencillo botón en los aparatos receptores. Las *subespecies* que ocupaban territorios diferentes comienzan a mezclarse, los rasgos característicos a indiferenciarse, se establecen permanentes relaciones de cooperación y complementariedad entre ambos espacios/especies. De la AM a la FM (como prácticas culturales, como espacios de identificación y reconocimiento, como modalidades de escucha) se pasa con más facilidad, la variedad se acentúa y el proceso de *selección natural* de las emisoras se hace más complejo, ya que el oyente encuentra una cada vez más diversificada oferta radiofónica. Este proceso, inclusive, se fue dando en el marco de una serie de cooperaciones e intercambios del entorno general compartido con la televisión, que agilizó sus relaciones con la noticia y la información a punto tal que hoy es muy común que en cada estudio de radio haya un televisor encendido en un canal de noticias¹¹.

El nuevo siglo profundiza exponencialmente la diversificación. La web modifica el entorno perceptivo y cognitivo en general y el espectro de lo audible reconfigura sustancialmente -podcasts y streaming mediante-, los modos de hacer y escuchar **radio**. Paralelamente, a la vieja *especie* le toca convivir en un mismo territorio con partes de sí misma, con viejos conocidos y con recién llegados, sin separaciones físicas entre las distintas *poblaciones*, en algo así como una promiscuidad biológica. Darwin dice que, en casos como éste, la modalidad de *especiación* que se produce se denomina *especiación parapátrica*. Estamos asistiendo a la constatación o no de algún tipo de proceso en este sentido ya que, en rigor de verdad, no sabemos si la tan mentada convergencia de lenguajes no es sino una serie de convivencias, superposiciones o solapamientos de lenguajes divergentes.

11. Párrafo aparte requeriría detenerse en las sucesivas relaciones entre radio y televisión a lo largo de estos años. Aunque éstas exceden en mucho los alcances de estas líneas, no se puede dejar de mencionar la más o menos reciente modalidad de encendido hogareño de la televisión, más cercana al lugar que tradicionalmente ocupaba la radio en términos de “compañía”, generando un tipo de “escucha” de tipo radiofónica, de algún modo superpuesta con el resto de las actividades cotidianas.

Los servicios “a la carta” son parte de las exigencias que los “nativos digitales” plantean a la vieja *especie*, relativizando su tradicional fugacidad. La barrera y el límite espacial que caracterizaron al medio desde sus inicios, desaparecen producto de la nueva *mutación* que supone el entorno generado a partir de Internet. La imagen del emigrante que se emociona escuchando un tango en el extranjero se vuelve anacrónica si pensamos en la facilidad con que cualquier persona, desde cualquier lugar del mundo, puede recrear su práctica de escucha local.¹²

Internet todo lo ha cambiado: las prácticas, los medios, los lenguajes, los entornos. Volviendo a la biología evolutiva, un **monstruo prometedor** es un tipo de *organismo* con un *fenotipo* profundamente *mutante* que tiene todo el potencial para establecer un nuevo *linaje evolutivo*. En términos de la *macroevolución* -tanto de las especies mediáticas como del hábitat y de los entornos-, el *monstruo prometedor* que comporta la aparición de Internet abre nuevos desafíos para pensar una tímida especie como la(s) **radio(s)**, que no tiene más que un siglo sobre la Tierra.

Los desbordes

– Esto es mucho significado para una sola palabra –dijo pensativamente Alicia.

“A través del espejo”

Lewis Carroll

Volviendo al principio, distintas *especies* reciben un mismo nombre. Una radio en un psiquiátrico puede ser un dispositivo de cura; en un geriátrico, un modo de pasar el tiempo; para una empresa, un negocio; en algunas zonas rurales, un medio de alfabetización; en un barrio, un proyecto político y cultural; en un partido, una militancia; en una comunidad aborigen, la reivindicación de una lengua; en una escuela, una herramienta pedagógica; en algunas cabezas, un experimento creativo. Pueden ser eso, pero también algo más. La mediatización del sonido radiofónico ya no se da dentro de los límites de la **radio**. Muchas de las *subespecies*

12. Inclusive con los dispositivos tecnológicos más recientes y las posibilidades de la Internet móvil, por ejemplo, un automovilista puede estar en medio de un embotellamiento en Washington escuchando el reporte de tránsito que da cuenta del “caos vehicular” en Buenos Aires. El i-phone, como aquella radio portátil que maravilló a los antiguos oyentes que podían trasladarse con su receptor, dejó atrás -como un extinto dinosaurio- al “viejo” CPU de escritorio que, hasta hace un par de años, ubicaba al oyente en torno suyo como la gran radio capilla de los años treinta.

aparecidas desbordan la noción de lo radiofónico en sentido tradicional y un acercamiento a ellas exige, más que nunca, un abordaje analítico integrador en el que confluyen, entre otros aspectos:

- un dispositivo técnico, o un conjunto de ellos
- un conjunto de prácticas sociales asociadas a la producción
- un conjunto de prácticas sociales asociadas a la circulación
- un conjunto de prácticas sociales asociadas a la recepción
- las convergencias y divergencias de estos tres tipos de prácticas
- unos códigos estéticos/artísticos
- unas modalidades perceptivas
- unos rituales de consumo
- unos intercambios culturales, simbólicos, comunicativos
- unos discursos producidos
- una red de relaciones entabladas

Parte de los desafíos que se nos presentan, han de referirse a los modos en que, sobre estos desbordes, podemos dar cuenta -desde el campo de los estudios de comunicación, así como desde los diseños curriculares-, sin caer en simplificaciones y reduccionismos, añoranzas por dorados años de gloria, falsos optimismos sobre democratizaciones comunicativas o falta de rigor y especificidad bajo el pretexto de abarcadoras convergencias. Los teóricos de la televisión en particular y de la imagen en general no hacen sino problematizar su campo de estudios y hasta se atreven a debatir su muerte. Tampoco dejan de sorprendernos con constantes neologismos como paleotelevisión y neotelevisión (Eco 1986), post-televisión (Piscitelli 1998) e hiper-televisión (Scolari 2009). Aún si hubiere un epitafio que escribir, éste no carecería de nombres y apelaciones.

¿Nos faltan sustantivos para denominar cosas de orden diferente? ¿No hay posibilidades de que se nos ocurran sustantivos compuestos? ¿Nadie va a inventar neologismos como la paleo-radio y la neo-radio, la post-radio, la hiper-radio? ¿Nadie un acrónimo como el prosumer radiofónico? ¿Vamos a debatir acerca del fin del medio a partir de la inexorable diversificación de aquella vieja experiencia comunicacional conocida como **radio**?

Finalmente, tal vez, sólo se trate de una deficiencia a la hora de nombrar. Demasiados adjetivos para un solo sustantivo. Como la oscura contraparte de *Funes, el memorioso*, para quien “cada palabra tenía un signo particular, una especie de marca”, nuestra multiplicidad adolece de nombres, probablemente por la insensatez (el *nonsense* de Carroll) que implicaría semejante proyecto.

“-Cuando yo empleo una palabra –dijo Humpty Dumpty con el mismo tono despectivo-, esa palabra significa exactamente lo que yo quiero que signifique, ni más ni menos.

- La cuestión es saber –dijo Alicia– si se puede hacer que las cosas signifiquen cosas diferentes.”

Bibliografía

BARBERO, Jesús Martín (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona. Gilli.

BORGES, Jorge Luis (1944) "Funes, el memorioso" en *Ficciones*. Buenos Aires. Emecé.

CARROLL, Lewis (2010) *A través del espejo*. Buenos Aires. Debolsillo. (1º edición en castellano 1986)

DARWIN, Charles (1859) *El origen de las especies*. Consultado en

<http://www.elaleph.com/libro/El-origen-de-las-especies-de-Charles-Darwin/897718/>

ECO, Umberto. (1986) *La estrategia de la ilusión*. Barcelona. Lumen.

FERNÁNDEZ, José Luis (2008) *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires. La Crujía.

MC LUHAN M., y Fiore, Q. (1967) *Te Medium is the Massage. An Inventory of Efects*. New York. Bantam Books.

MC LUHAN, Marshall (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. España. Paidós.

ONG, Walter (1987) *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México. Fondo de Cultura Económica.

PISCITELLI, Alejandro (1998). *Post-televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires. Paidós.

SCOLARI, Carlos (2009) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires. La Crujía

TRAVERSA, Oscar (2001) "Aproximaciones a la noción de dispositivo" en *Revista Signo y Señá*. Número 12. Facultad de Filosofía y Letras. UBA.

Cuerpo y discapacidad: cruces entre McLuhan-Deleuze-Le Breton

Viviana Marchetti

Docente-Investigadora, Facultad de Ciencia Política y RRII. Escuela de Comunicación Social.
marchetti.viviana@gmail.com

Ezequiel Viceconte

Estudiante Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y RRII. Escuela de
Comunicación Social.
ceviceconte@hotmail.com

Resumen

Desde el campo de la comunicación se puede abordar la problemática del cuerpo como productor de sentidos. Pero con el avance de los artefactos tecnológicos y su uso en la cotidianidad, la maquinación entre el cuerpo humano y éstos produce nuevas interrogantes, no pudiendo analizar al mismo con las categorías tradicionales y teniendo que repensar nuevas. Esta exposición tiene como objetivo hacer emerger cuestiones en la relación entre el cuerpo y los artefactos tecnológicos haciendo un cruce entre McLuhan como filósofo de la tecnologías y la antropología filosófica de Deleuze y Le Breton, para pensar las nuevas economías semióticas y repensar estos cuerpos corporativos o terceros cuerpos que se componen para la producción de sentido, haciendo foco en los cuerpos con discapacidad física.

Palabras claves: cuerpo - discapacidad - tecnologías - tercer cuerpo - extensiones

Abstract

From the field of communication can address the problem of the body as a producer of meanings. But with the advancement of technological devices and their use in everyday life, the plot between the human body and they produce new questions, not being able to analyze the same with the traditional categories and having to rethink new. This text aims to bring out issues in the relationship between the body and technological artifacts making a cross between McLuhan as a philosopher of technology and philosophical anthropology of Deleuze and Le Breton, to think the new semiotic economies and rethink these corporate bodies or third bodies that are composed for the production of meaning, focusing on their bodies with physical disabilities.

Key-words: body - disabled - technology - third corps - extensions

La problemática del cuerpo puede ser abordada desde distintos campos disciplinares tan variados que van desde la antropología hasta la filosofía, tornándose ésta un punto central en el estudio de la conformación de las subjetividades contemporáneas.

Desde el campo disciplinar de las Ciencias de la Comunicación, se ha tomado al cuerpo como objeto de estudio al que podemos considerar como productor de sentidos.

Pero el estado actual de la matriz teórico-epistemológica obliga a empezar a indagar al cuerpo bajo la luz de nuevos conceptos o realizar una crítica de los antiguos, para poder crear nuevos sentidos y preguntas. Nos preguntamos cuáles son las relaciones que el cuerpo toma con su entorno y cómo éstas configuran las percepciones y los mapas mentales.

En el 2008, la Federación Internacional de Atletismo (IAAF) decidió no permitir al sudafricano Óscar Pistorius la posibilidad de correr con atletas sin minusvalías, al considerar que sus prótesis bajo rodilla, le ofrecían «una ventaja mecánica». Este joven de 21 años deseaba participar en los Juegos de Pekín, pero no en los Paraolímpicos con sus pares con discapacidad, sino en los Olímpicos.

Según las conclusiones del informe del profesor alemán Gert-Peter Brüggemann, las prótesis en fibra de carbono utilizadas por el atleta de Pretoria «deben ser consideradas como una ayuda técnica y en ese sentido están claramente en desacuerdo con la regla 144.2 de la IAAF». Esta norma prohíbe la «utilización de todo dispositivo técnico que incluya muelles, ruedas u otro elemento que confiera una ventaja a un atleta con respecto al que no lo utiliza». El atleta ya había sido autorizado a alinearse en la carrera B de 400 m. de la reunión de la Golden League de atletismo de Roma, el 13 de julio de 2007. Su récord de 400 m. (46.46) se sitúa a más de tres segundos de la mejor marca mundial de la distancia (43.18).

Para abordar la problemática de los cuerpos no podemos dejar por fuera del análisis del vínculo que entablan con las instituciones y como éstos se componen como existentes en esta relación y producen sentidos. Según el sociólogo Bruno Latour en este proceso se compone un cuerpo corporativo o tercer cuerpo (en términos nietzscheanos), siendo un cuerpo distinto, que tiene la característica de que se compone como tal en las relaciones que toma con los demás cuerpos. En éste la subjetividad que se produce no es individualizante, sino singularizante, dependiendo de las relaciones que los cuerpos entablen con el medioambiente poblado de otros cuerpos. A diferencia de las antropologías filosóficas tradicionales, este punto de vista no hace una separación dialéctica sujeto-objeto, tornando así a las subjetividades en proceso. El filósofo francés Giles Deleuze, retomando conceptos de la monadología de Leibniz y G. Tarde, considera que ya no se puede seguir sosteniendo la ilusión de esta dialéctica en los tiempos actuales, sobre todo con el avance en el campo social del medioambiente técnico.

Basándose en autores tales como Spinoza y Nietzsche, Deleuze va a desplazar del lugar central al Sujeto que las filosofías humanistas habían colocado.

El cuerpo del sujeto planteado por Deleuze no se diferencia de un cuerpo objeto, sino que ambos son considerados cuerpos debido a la relación que entablan en los distintos agenciamientos, que son los que normalizan y singularizan los diferentes sentidos que los cuerpos producen, provocando una repetición o una diferencia. En este punto es donde podemos hablar de subjetividades maquínicas.

Le Breton afirma que la relación en las sociedades occidentales con el cuerpo hace una topología de éstos para poder afirmar una falta. Es así que surge la cuestión de la discapacidad como un estigma, una evaluación negativa hacia la subjetividad. También observa que las sociedades occidentales entran en un juego ambivalente en tanto que por un lado afirman la autonomía de las personas con discapacidad como ciudadanos de derecho pero por otro lado continuamente marcan esa diferencia, que la red de instituciones tratan de apartar del conjunto de lo social marcando un afuera/adentro. "Al individuo estigmatizado se le pide que niegue el peso del fardo que lleva y que nunca deje de creer que, por llevarlo pudo convertirse en alguien diferente de nosotros; al mismo tiempo se le exige que mantenga una distancia tal que podamos mantener sin problemas, la imagen que tenemos de él" (Le Breton 2008: 77).

Así, el cuerpo del diferente pasa a ser etiquetado, pesando esas etiquetas sobre las interacciones, en lo cotidiano. Todo un cúmulo de economías semióticas (significaciones) empiezan a caracterizarlo y a transformarlo en un cliché. Es aquí donde emerge la cuestión del rostro, como punto de subjetivación delimitando en éste las relaciones y los territorios institucionales y/o sociales por donde las PCD circularán.

Para el medioambiente mediático Pistorius fue enunciado como un existente inferior a los atletas convencionales, ya que siempre se lo enunció como minusválido, reproduciendo las estructuras de lo social, ya que "nuestras sociedades han hecho de la minusvalía un estigma, es decir, un motivo sutil de evaluación negativa de la persona. Por otra parte no se habla tanto de la discapacidad de alguien, como de que es discapacitado, como si fuera su esencia la de ser un discapacitado, más bien que tener una discapacidad" (Le Breton 2010: 247).

"El cuerpo diluido en este ritual debe pasar desapercibido, reabsorberse en los códigos y cada actor deberá poder encontrar en el otro, como un espejo, sus propias actitudes y una imagen que no lo sorprenda ni lo asuste" (Le Breton: 78 op cit).

Como lo desconocido es difícil de significar o ritualizar, las PCD motriz rompen la regulación fluida de la comunicación. Sin embargo las TICs vienen a resignificar estos cuerpos. La nueva configuración que genera la unión de los artefactos tecnológicos con los cuerpos hace emerger un original, tomándolo en el sentido foucaultiano del término. Este original impregna

de nuevos sentidos a este cuerpo maquínico desdibujando o borrando los límites entre el cuerpo humano y el objeto tecnológico. Siguiendo a Deleuze “lo más profundo del cuerpo es la piel” (Deleuze 2007: 13)

Estas capilaridades provocan toda una nueva reconfiguración de los espacios mentales de los cuerpos con discapacidad. De este modo las TICs funcionan como extensiones que ayudan a liberar a los cuerpos de las imposibilidades creando nuevas narrativas de lo cotidiano. El mundo al revés de alguna manera, volviendo al ejemplo de Pistorius, el amputado equipado: estando en principio en desventaja, el minusválido se convierte en alguien que corre con ventaja. El caso tiene doble impacto tanto en lo deportivo como en lo social.

Cuanto más evidente y visible es la discapacidad, como en el caso de las PCD motriz, es más provocativa. Una atención indiscreta despierta en el otro, que se convierte en un operador discursivo. “Esta curiosidad sin descanso es una violencia tanto o más sutil cuanto que se ignora a sí misma cuanto tal y se renueva con cada transeúnte que pasa” (Le Breton: 79 op cit). El ambiente mediático ayuda a construir esta imagen de superhombre, haciendo que para “el hombre con minusvalía demasiado visible [...], la vida social se transforma en un escenario y el menor de sus desplazamientos moviliza la atención de los espectadores” (Le Breton: 251 op cit).

Al repensar la relación entre cuerpos, TICs e instituciones nos damos cuenta que la cuestión de la discapacidad ya no es una cuestión ontológica sino de los modos de vida, los modos de ser. Así es que a Pistorius le permitieron participar en una prueba oficial de 400 m porque de algún modo no significaba una “amenaza” al status quo, pero cuando logra superar la marca de un velocista convencional en los 100m, la IAAF (Federación Internacional de Atletismo Amateur) se pronunció en contra, argumentando que su ejemplo “*sentaría jurisprudencia y la carrera por dotarse de medios técnicos se haría incontrolable*”.

La Wikipedia refiriéndose a Pistorius destaca: “*Después de hacer un seguimiento a su desempeño en las pistas usando cámaras de alta definición y analizando la información obtenida, un grupo de científicos determinó que Pistorius gozaba de ventajas considerables sobre los atletas que no usan prótesis*”. Es decir que también se recurrió a un discurso (científico) portador de un saber para sancionar una situación que se sale de la convencionalidad, abortando la entrada de este “afuera” que amenaza el “adentro” institucional. Lo que las tecnologías permiten es esta potenciación del ser o de los modos de existencia, aumentando la autonomía de las subjetividades, pudiendo desarrollar nuevos modos de estar en el mundo.

Siguiendo a McLuhan, “las tecnología se inician como antiambientes, como controles, y se vuelven luego ambientales, siendo necesario para controlarlas una interminable producción de antiambientes. [...] Afirmar que cualquier tecnología o extensión del hombre crea un nue-

vo ambiente es una forma mucho mejor de decir que el medio es el mensaje, este ambiente siempre es invisible". (McLuhan 1969: 30)

Así las PCD, ya no serán vistas como un estigma, sino como un *ser con una potencia virtual* (Deleuze: 1982). Esta cuestión tiene implicancias en el campo de lo político ya que produce nuevos modos de representación simbólicos y estéticos que conllevan un sentido distinto para los cuerpos que potencialmente pueden ofrecer otros puntos de vista que el biopoder ha denegado.

Se puede afirmar entonces que saldríamos de esta construcción axiológica de la discapacidad sobre la que se asienta lo social para pasar a la categoría de comunidad, en la que lo que prima es la potencia de los cuerpos (mirada ética), es decir lo que ese cuerpo es capaz de hacer. El tercer cuerpo que se da entre el minusválido + las extensiones echa por la borda la idea tradicional de que un atleta minusválido no puede vencer a un atleta convencional en una misma competencia. En este caso también pondría en cuestión la institucionalización de los juegos y sus categorías de olímpicos y paralímpicos.

Las extensiones de carbono encubren la discapacidad de Pistorius, la falta. Parafraseando a Mc Luhan "cada nueva tecnología –nuevo ambiente- es una reprogramación de la vida sensorial. Un nuevo ambiente convierte al antiguo en arquetipo de alta fidelidad. El nuevo pasa siempre inadvertido". (McLuhan: 33 op cit).

En el análisis del caso de Pistorius y sus extensiones de carbono, no preguntamos:

- 1) ¿Qué aumentan o amplifican en la cultura?
 - 2) ¿Qué vuelven obsoleto o a qué le quitan prominencia?,
 - 3) ¿Qué recuperan del pasado, del terreno de lo previamente obsoleto?,
 - 4) ¿Qué invierten del medio o en que se convierten cuando llegan a los límites de su potencia?
- 1) El aporte a la cultura es que las prótesis de carbono equiparan en oportunidades a un atleta minusválido.
 - 2) Vuelve obsoletas las reglamentaciones de los juegos olímpicos, las categorías institucionales: juegos olímpicos-juegos paralímpicos, así como los equipamientos protésicos anteriores.
 - 3) Recuperan la condición de bípedo, del movimiento por sus piernas.

4) Se produce una inversión de sentido cuando la PCD pasa a tener una ventaja relativa respecto del atleta convencional. Esto provoca la no inclusión dentro de las pruebas oficiales de atletismo de los Juegos Olímpicos.

Si bien estas cuatro leyes permiten una nueva forma de analizar el surgimiento de este tercer cuerpo -el cuerpo equipado- habilita nuevos recorridos potencialmente creativos y permite entender y anticipar efectos aun invisibles de la relación entre subjetividades y el medio ambiente tecnológico.

Creemos que analizar la relación de los cuerpos con el entorno tecnológico a través de estos autores ayuda a borrar la frontera entre sujeto-objeto tecnológico, y hablar de nuevos cuerpos que se componen en la relación, produciéndose como subjetividades en ese "between", afirmando ese potencial de sentido que produce efecto en el cuerpo social.

Sin embargo, volviendo al caso de Pistorius, lo que las extensiones tecnológicas han posibilitado la IAAF ha sancionado. En esta situación en particular no se puso en cuestión la relación entre las prótesis y las PCD, sino que se hizo foco sobre las posibles ventajas que las mismas le brindaban a un sujeto, transformándolo en una máquina, en un robot, que no entra en las categorías de lo humano tradicional.

De este modo están subvirtiendo la representación de la discapacidad o minusvalía en el campo de lo social, porque cuando esa persona interactúa a partir de sus capacidades potenciadas por esa extensión tecnológica, pasa a conformarse como singularidad, pasa a definirse por las relaciones que tiene con el otro y es allí donde adquiere un sentido: deportista, docente, estudiante, madre, amigo...

Un cuerpo con discapacidad equipado se torna invisible en el cuerpo de la comunidad. Al borrarse esta etiqueta, este rostro, se está saliendo del paradigma médico, donde la discapacidad es un problema de la persona que la padece, para pasar a ser una cuestión social. Hay una transferencia de sentido de la causa discapacidad desde un problema del individuo como sujeto ontológicamente marcado por esta diferencia hacia el cuerpo social, que a través de operadores semióticos e institucionales (reglamentos, miradas, barreras arquitectónicas, exclusión, etc.) marca esta diferencia.

Estos nuevos modos de representación política nos ayudan a (re)pensar, nos invitan a afirmarnos en la diferencia y no negarla, como modos de salir de las categorías comunes de la representación de las personas con discapacidad y la relación de sus cuerpos con las tecnologías. Al utilizar estas nociones nos salimos de la mirada tradicional (del paradigma médico) que establecieron las distintas disciplinas, al tratar de ocultar y/o de negar estas diferencias, abriendo o haciendo emerger la multiplicidad de lo social.

Bibliografía

Deleuze G (2007) *"La lógica del sentido"*, Buenos Aires, Paidós.

Deleuze, G. y Guattari, F (1975) *"Mil mesetas"*, Valencia, Pretextos.

Latour, B. (2008) *"Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor red"*, Buenos Aires, Manantial.

Le Breton, D. (2010) *"Rostros. Ensayo de antropología"*, Buenos Aires, Letra Viva.

Le Breton, D. (2008) *"La sociología del cuerpo"*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Mc Luhan, M (1969) *"Contraexplosión"*, Buenos Aires, Paidós.

Mc Luhan, M (1964) *"Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre"*, Barcelona, Paidós.

ANEXO

Diario "elmontanes.es" FUENTE: <http://www.eldiariomontanes.es/20080115/deportes/atletismo/atleta-oscar-pistorius-podra-20080115.html>

ATLETISMO

El atleta Óscar Pistorius no podrá participar en las Olimpiadas de Pekín

La IAAF dice que las prótesis del sudafricano le ofrecen «una ventaja mecánica»

La Federación Internacional de Atletismo (IAAF) decidió ayer, huyendo de consideraciones emocionales, no permitir al sudafricano Óscar Pistorius la posibilidad de correr con atletas sin minusválidas, al considerar que sus prótesis le ofrecen «una ventaja mecánica». Este joven de 21 años alimentaba el sueño de participar en los Juegos de Pekín, pero no en los Paralímpicos, sino en los Olímpicos. Según las conclusiones del informe del profesor alemán Gert-Peter Brüggemann, las prótesis en fibra de carbono utilizadas por el atleta de Pretoria «deben ser consideradas como una ayuda técnica y en ese sentido están claramente en desacuerdo con la regla 144.2 de la IAAF». Esta norma prohíbe la «utilización de todo dispositivo técnico que incluya muelles, ruedas u otro elemento que confiera una ventaja a un atleta con respecto al que no lo utiliza».

El mundo al revés de alguna manera: estando en principio en desventaja, el minusválido se convierte en alguien que corre con ventaja. El caso tiene una carga sensible de emotividad, ya que al referirse a un minusválido ha dejado el marco deportivo para entrar en el social. La IAAF se había dado tiempo para tomar la decisión debido a lo delicado del caso y han sido finalmente los 27 miembros del consejo, y no sólo el presidente Lamine Diack, los que fueron invitados a pronunciarse. La IAAF recibió el viernes una carta de Pistorius, que no deja ninguna duda sobre la voluntad del minusválido de contestar «por todos los medios» la decisión.

Jurisprudencia:

El servicio jurídico de la IAAF empleó los últimos días en prever las diferentes situaciones. Si Pistorius ganara el caso, su ejemplo sentaría jurisprudencia y la carrera por dotarse de medios técnicos se haría incontrolable. El atleta ya había sido autorizado a alinearse en la carrera B de 400 metros de la reunión de la Golden League de atletismo de Roma, el 13 de julio pasado. Su récord de 400 m (46.46) se sitúa a más de tres segundos de la mejor marca mundial de la distancia (43.18).

Wikipedia

FUENTE: http://es.wikipedia.org/wiki/Oscar_Pistorius

Oscar Pistorius (n. 22 de noviembre de 1986) es un corredor paralímpico sudafricano.



Oscar Pistorius corriendo en Kópavogur, Islandia, el 8 de julio de 2007.

Pistorius posee las marcas mundiales en las pruebas de 100, 200 y 400 metros lisos para atletas que han sufrido una doble amputación. Para correr utiliza prótesis transtibiales construidas en fibra de carbono. Aunque estas piernas artificiales le permiten a Pistorius competir, su uso ha generado protestas de que le dan una ventaja injusta sobre otros corredores. En el año 2007 la IAAF enmendó sus reglas de competición para prohibir el uso de "cualquier dispositivo técnico que incorpore resortes, ruedas o cualquier otro elemento que proporcione a quien lo usa una ventaja sobre otros atletas que no usen tal dispositivo". La federación indicó que la enmienda no estaba dirigida específicamente hacia Pistorius. Después de hacer un seguimiento a su desempeño en las pistas usando cámaras de alta definición y analizando la información obtenida, un grupo de científicos determinó que Pistorius gozaba de ventajas considerables sobre los atletas que no usan prótesis. Basada en estos hallazgos, la IAAF le declaró inelegible para competir en pruebas sancionadas por la federación, incluyendo los Juegos Olímpicos de Pekín en 2008.

Pistorius apeló esta decisión y finalmente el Tribunal de Arbitraje Deportivo (TAD) le autorizó a competir en los Juegos Olímpicos de Pekín. Para correr en la prueba de 400 metros debería haber obtenido la marca mínima que le exige la federación a todo deportista, pero no la consiguió. Podría haber sido seleccionado para la prueba de relevo 4x400 independientemente de su tiempo, pero tampoco se dio el caso.

Actualmente se prepara para el mundial de atletismo y sigue teniendo su meta en los juegos olímpicos, esta vez Londres 2012.

Del lector al *prosumidor*: un pasaje por las rupturas en los estudios de recepción mediática

María Laura Schaufler

Doctoranda en Comunicación-UNR-Conicet
mlaura31@gmail.com

Gonzalo Andrés

Tesista Licenciatura en Comunicación Social
gonzaloandres4@gmail.com

Resumen

El objetivo de esta ponencia es revisar las rupturas que se produjeron en los estudios de recepción mediática luego de la emergencia de distintos soportes técnicos. Las investigaciones se fueron desarrollando en torno a series de teorías que, desde distintas vertientes epistemológicas y metodológicas, marcaron quiebres en los modos de pensar la relación entre los medios y su público. Diversas historias intelectuales y perspectivas teóricas, influenciadas por el fenómeno de la radio, el cine, la prensa amarilla en los años '20, la TV en los '60 y, finalmente, Internet en los '90, dieron lugar, en el campo de las ciencias sociales, a distintas miradas sobre la recepción mediática. Estos estudios se nutrieron de matrices teóricas como el conductismo, el funcionalismo, el marxismo, la semiótica, para reflexionar sobre la relación medios-público, pero al mismo tiempo puede decirse que las características de cada nuevo medio de comunicación masivo también impactaron en las maneras de pensar la recepción. La sucesiva modificación de los términos para denominar al público evidencian esas rupturas: lectores, audiencias, telespectadores, usuarios. En este sentido, resulta interesante analizar cuáles son las modificaciones que los dispositivos digitales generan actualmente en los modos de comunicarnos y los cambios teóricos introducidos. La utilización de términos novedosos como "prosumidor" indica que se está produciendo un quiebre teórico en la investigación en comunicación.

Palabras claves: Recepción - comunicación - medios - TIC - prosumidor

Abstract

The object of this work is to revise the disruption that has occurred in studies about media reception after the emergency of technical supports. The investigations were developed around a series of theories which from different epistemological and methodological aspects (o points of views), have changed the way of thinking about the relationship between media and audience. Different intellectual stories and theoretical perspectives have been influenced by the phenomenon of radio, movies, tabloids in the '20s, TV in the '60, and finally, internet in the '90. All of them lead to different views of the media reception in the camp social sciences. These studies were based on different theoretical matrices (such as Behaviorism, Marxism, Semiotics and Psychoanalysis) in order to consider the media-public relationship. But, at the same time, the characteristics of each new mass media have also impacted the ways of thinking about media. The subsequent modification of the notions to describe the public demonstrates such disruptions: audiences, readers, viewers, users. It is interesting to analyze which are the changes that digital media is causing nowadays in models of communication and on theories. The utilization of terms like "prosumer" indicates that they are producing a theoretical breakdown in communication research.

Key-words: Reception - communication - media - ICT - prosumer

Introducción

Este trabajo intentará reconstruir algunos estudios de recepción mediática que se desarrollaron a lo largo del siglo XX con el objetivo de revisar las rupturas que se produjeron luego de la emergencia de distintos soportes comunicativos. Esto implicará, por un lado, analizar de qué manera fue comprendida la recepción a la luz de las teorías paradigmáticas y, por otro lado, simultáneamente, revisar la emergencia de medios-tecnologías que permitieron nuevas funcionalidades comunicacionales.

Se partirá de la hipótesis siguiente: los quiebres acaecidos en los estudios de recepción se producen bajo matrices epistemológicas y metodológicas paradigmáticas en las ciencias sociales —como el positivismo, el marxismo, la semiótica—, pero, a la vez, la aparición y desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación, con sus características particulares, generan una nueva relación entre los medios y el público y trastocan los órdenes teóricos en que se venía pensando la recepción mediática.

Lejos de caer en un determinismo tecnológico, puede plantearse que la aparición de una tecnología de la comunicación modifica de alguna manera las relaciones interpersonales y las prácticas de consumo, posibilitando otro tipo de acceso a los bienes culturales, cambiando el modo de informarnos, y creando nuevas necesidades y hábitos cotidianos. Ante esta variedad de cambios también se modifica la relación entre los medios y su público. Una muestra de ello son los sucesivos términos utilizados para denominarlo: lectores, audiencia/s, tele-espectadores, usuarios, *prosumidores*. Cada término puede ser asociado a una determinada tecnología de comunicación mediática.

De esta manera, la aparición de los periódicos, la radio, la televisión y, más recientemente, Internet, generaron reflexiones en torno al rol que cumple el “polo receptor”. En consecuencia, durante el siglo pasado se han sucedido una serie de debates acerca de las relaciones entre autor-lector, radio-oyente o tv-espectador.

Estos estudios se nutrieron de diferentes matrices conceptuales —como el conductismo y el funcionalismo, el marxismo y la semiótica— que generaron diversos quiebres teóricos. Pero, al mismo tiempo, puede decirse que las características de los soportes comunicacionales influyeron en esas distintas formas de pensar la relación medios-público.

La recepción, un núcleo de la investigación en comunicación

A comienzos del siglo XX, una serie de investigaciones en torno a la publicidad y la propaganda en los medios de comunicación se dedicó a analizar los mecanismos psicológicos para persuadir al público dentro de los mensajes mediáticos. Los patrocinadores comerciales financiaron una vasta cantidad de estudios empíricos para contar con información acerca del público, luego se sumaron los gobiernos y partidos políticos con el fin de conocer las opiniones de los votantes. De esta forma, los estudios sobre la recepción de los “mensajes” de los medios comenzaron a tener auge en los Estados Unidos hacia la década de 1920.

Sin embargo, con el desarrollo de los estudios fue quedando en evidencia que el público no estaba constituido por una masa de receptores que meramente reaccionaban ante el estímulo, como planteaban inicialmente los psicólogos conductistas. En la década de 1940, Paul Lazarsfeld, en su investigación publicada bajo el nombre de *El pueblo elige*, matizó el poder de persuasión de la propaganda al demostrar que las relaciones interpersonales tenían mayor influencia en la intención de voto que la campaña mediática. Esta afirmación generó un cimbronazo en los modos de pensar la recepción, al decir que los efectos de los medios masivos de comunicación eran limitados. La recepción se constituyó y se desarrolló, desde entonces, como eje problemático pues ya no se trataba de una instancia transparente que podía explicarse como reacción. A través de diversos abordajes teóricos y metodológicos, se ha intentado indagar y reflexionar sobre las instancias y procesos de “recepción”.

Ya a fines de siglo XX y comienzos del XXI se produjeron, con la emergencia de las plataformas digitales, cambios en los modos de producción, distribución, acceso, recepción y uso de los bienes culturales, que le otorgaron (potencialmente) un protagonismo relevante a los usuarios. En la actualidad los usuarios de Internet pueden compartir con los demás sus producciones y materiales, o pueden intervenir modificando los bienes culturales ya compartidos. En consecuencia, resulta interesante pensar cuáles son las rupturas, si es que las hay, que produjeron las tecnologías digitales con respecto a las teorías pre-existentes, ya que la emergencia de este nuevo tipo de consumidores puede pensarse como un hecho novedoso.

A continuación, entonces, analizaremos brevemente algunas corrientes teóricas paradigmáticas de la comunicación con el objetivo de reflexionar sobre los modos en que han estudiado la relación medios-público, para luego explayarnos en las posibles rupturas que los soportes digitales producen.

Mass Communication Research: los lectores y los radioescuchas

- **El enfoque conductista**

En la década de 1920 la masividad de la prensa y la radio despertó gran interés entre los psicólogos y sociólogos. Los primeros estudios se llevaron a cabo dentro de la *Mass Communication Research* (en adelante, MCR) que se desarrolló en Estados Unidos.

Durante aquellos años, la teoría dominante de estos estudios era el behaviorismo. Inspirada en la teoría de la psicología de Iván Pavlov y en el conductismo norteamericano de John Watson y Burrhus Skinner, esta corriente intentaba reducir la psicología a una ciencia natural, excluyendo de su campo a la conciencia y, por tanto, a todo recurso a la introspección, para no admitir más que el comportamiento objetivo.

La teoría de los estímulos-respuestas consideraba al individuo como un ser susceptible de ser condicionado por el aprendizaje y establecía una relación sistemática de causa - efecto. Estos presupuestos aplicados a la construcción de mensajes mediáticos señalaban que, para conseguir su más efectiva comunicación, estos últimos debían repetirse muchas veces. En este sentido, la relación entre el radioescucha y el mensaje se entendía dentro del registro de la reacción y de la memorización.

La gran tirada de la prensa también fue un soporte de estudio. Pensando a los lectores de los periódicos bajo estos supuestos, esta línea de investigación aplicada recomendaba una redacción clara y simple con grafismos sencillos, para potenciar así el efecto de recordación. Eslóganes, siglas, isotipos y logotipos fueron los elementos formales que a partir de entonces se incorporaron a los anuncios. La capacidad de llamar la atención y de ser recordados eran los principales valores buscados por la publicidad de esta época y la mejor forma de conseguirlo parecía ser el fuerte impacto gráfico o radial.

Así se difundió entre los comunicadores sociales una receta destinada a persuadir a las masas para la compra de un producto, en el caso de la publicidad comercial, o para la emisión de un voto a favor de determinado partido, en relación a la propaganda política. Se suponía, entonces, que los procesos de comunicación podían inteligirse a través de un modelo lineal donde un emisor enviaba un mensaje que un receptor o una masa de receptores captaba a través de los, por entonces, nuevos medios de comunicación masiva.

En este contexto, en un artículo de 1948 denominado "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", Harold D. Lasswell formuló este modelo comunicacional, donde un emisor, por medio de un canal, emite un mensaje en un determinado código, que un receptor capta. "Una manera conveniente de describir un acto de comunicación es la que surge de la

contestación a las siguientes preguntas: ¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?" (Lasswell en Muraro 1977: 51).¹

La comprensión sistemática y conjunta de las aptitudes del medio y el mensaje y de los mecanismos de respuesta del público debía producir una retórica de control del comportamiento, para beneficio del comunicador o el publicista. Se asignaba así a los medios un poder concreto en relación con el condicionamiento de las conductas de los receptores.

Esta concepción desencadenó una cierta inclinación a sostener una teoría conspirativa acerca de los medios que parecían erigirse como un instrumento incontestable e ilimitado de los poderes económicos, que inculcaba a los receptores una determinada orden de compra o una cierta intención de voto hacia algún candidato partidario. Se asociaba así a la noción de persuasión con una idea de manipulación conspirativa.

- **La mirada funcionalista: el "descubrimiento" de las relaciones interpersonales**

Para entonces, comenzó a desarrollarse una corriente en la MCR que puso en crisis estos supuestos propios del primer conductismo que entendía los mensajes como estímulos que el medio ambiente propinaba a cada individuo, induciéndolo a construir una respuesta, en último término, adaptativa.

Si bien sus investigaciones iniciales se basaban en los postulados de la psicología experimental, destinada a conocer cuáles eran los efectos que producía la emisión de un mensaje en el receptor, hacia fines de los años '40 y a lo largo de los '50 se inició un segundo momento teórico de la MCR donde los postulados conductistas perdieron fuerza explicativa —aunque siguieron operando— para dar lugar a nuevas hipótesis basadas en la sociología funcionalista (en su versión mertoniana, fundamentalmente).

En *El pueblo elige*, Lazarsfeld expuso una variable que limitaba y le daba forma a los efectos que suponían que tenían los mensajes sobre la audiencia: se trataba de las relaciones interpersonales, las influencias del tejido social en el que el miembro de la audiencia se involucraba o al cual quería pertenecer. A partir de esta obra, se difundió la idea de que las opiniones

1. En la misma sintonía, durante la década del '40, Claude E. Shannon formuló un modelo lineal para pensar las comunicaciones telefónicas. En su *teoría matemática de la información* estableció una serie de leyes para explicar el flujo de información a través de un canal. Éste último era definido como un dispositivo que recibía una entrada (*input*) de información externa y generaba una salida (*output*). A la correspondencia entre la información de entrada y la de salida se la denominaba información transmitida. Ésta no solía ser perfecta, pues había una porción de información del *input* que se perdía, por equivocación, y había información añadida por el propio canal que generaba "ruido". Según él, por más que la teoría se haya basado en el teléfono, la naturaleza física del canal era indiferente: podía ser tanto un teléfono, como un receptor de radio o un televisor. Se trataba, pues, de un modelo eminentemente mecanicista, dado que su enfoque inicial se enmarcaba en las telecomunicaciones y en la búsqueda de una fórmula matemática para calcular y disminuir los niveles de ruido en la comunicación.

y actitudes preexistentes en el público sólo eran reforzadas por los mensajes de la prensa o la radio: éstos no funcionaban como motor de cambio de aquéllas. Lo que más influía en las modificaciones de las actitudes eran los contactos personales. Es así que, en esta nueva teoría, había un peso significativo del funcionalismo, con el “descubrimiento” de las relaciones interpersonales. Los mensajes masivos, desde esta perspectiva, cumplían el rol de legitimadores (función de “refuerzo”) de conductas sociales. De esta manera, se matizaron las ideas acerca de la manipulación publicitaria, si bien el modelo comunicacional siguió siendo lineal.

Por entonces, junto a Robert Merton, teórico del estructural/funcionalismo, Lazarsfeld escribía *Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada* (1948). En este texto queda visibilizado el modo en que entendían la influencia de los medios de comunicación sobre los receptores: “Quienes desearían controlar las opiniones y creencias de nuestra sociedad recurren menos a la fuerza física y más a la persuasión masiva. El programa de radio y el anuncio institucional ocupan el lugar de la intimidación y la coerción.” (Merton y Lazarsfeld en Muraro 1977: 25). *Los mass media*, a través del control de las opiniones y creencias, ejercían presión, exigiendo la reafirmación pública y la aplicación de la norma social. El papel social de los medios, afirmaban, había sido en general sobreestimado: “El conocimiento de los datos de consumo en el campo de los *mass media* dista de ser una demostración de su efecto neto sobre conducta, actitud y perspectiva” (Merton y Lazarsfeld en Muraro 1977: 27). Es decir, los mensajes masivos no demostraban tener efectos directos sobre la conducta, la actitud y las perspectivas de los receptores. Por medio de este tipo de afirmaciones que matizaron los efectos, se consolidó, pues, la etapa de investigación de las comunicaciones de masas relacionada con la *teoría de los efectos limitados*.

Convivieron así, dentro de la MCR, tendencias diversas: tanto la que atendió a los efectos de los medios de comunicación sobre el comportamiento de los individuos, como la que estudió las funciones de los medios en la sociedad. Vale aclarar entonces que la afirmación, bastante generalizada entre los círculos académicos, de que la MCR es funcionalismo en comunicación, supone una reducción. Tampoco fue una “escuela”, se trató más bien de una plataforma, un conglomerado, en el que convergieron tradiciones teóricas provenientes de diferentes campos como la psicología, la politología, la sociología y la cibernética, y cuyo núcleo duro era conductista.

- **Usos y gratificaciones: la primacía del receptor**

En este contexto surgió luego otro enfoque que ponía el acento en los receptores. Según esta perspectiva, el “efecto” de los medios es realmente efectivo si responde a las necesidades o gratifica a sus destinatarios. Los mensajes son disfrutados e interpretados desde el contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones. El receptor “actúa” sobre la información que dispone en base a sus opiniones e intereses. Se reemplazó la pregunta “¿qué

hacen los medios con la gente?" por otra opuesta: "¿qué hace la gente con medios?". En consecuencia, su principal interés recayó en las diferencias individuales para interpretar dichos mensajes.

Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch relacionaron el consumo, el uso y los efectos de los *mass media* con la estructura de necesidades de cada destinatario, advirtiendo que las audiencias prestaban atención a los mensajes de una manera selectiva y además tendían a pasar por alto aquellos mensajes que resultaban hostiles a sus puntos de vista particulares.

Se pasó entonces a una visión más benévola de los medios que ya no aparecían como instrumentos para imponer mensajes a la audiencia sino como proveedores que la audiencia podía usar diversamente para obtener distintos tipos de gratificaciones.

No obstante, desde otra matriz de investigación que nacía en aquellos años, influenciada por la semiótica y el marxismo, se planteó que las interpretaciones no podían ser tan individuales, sino que, más bien, estaban mediadas por los grupos de pares y los contextos socioeconómicos en los que el sujeto estaba inserto. En este sentido, las interpretaciones se comprenderían desde un enfoque sociosemiótico que contemplaba los marcos culturales, las relaciones de poder y los mecanismos de resistencia.

Los estudios culturales: la "decodificación" de la TV

- **El marxismo y la cultura**

Mientras la matriz de investigación de raigambre positivista de la MCR que analizamos anteriormente se desarrolló en EEUU, el programa que veremos a continuación se engendró en Inglaterra, más precisamente en el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham, hacia 1960. La primera generación de la llamada Escuela de Birmingham estuvo formada por Edward P. Thompson, Raymond Williams y Richard Hoggart. A fines de esta década se sumó otro miembro al grupo, que pronto asumió una posición protagónica: Stuart Hall. Todos ellos se consideraban marxistas, de la Nueva Izquierda —*New Left*— de Inglaterra, opositora al Partido Comunista Inglés y al estalinismo.

Desde su mirada, los problemas de la cultura tenían un peso muy importante en la historia social y política. Sin embargo, el marxismo carecía de un desarrollo en torno a una teoría de lo cultural. La tradición marxista, por lo tanto, debía muñirse de elementos teóricos para poder inteligir los procesos culturales.

Este enfoque supuso, entonces, un esfuerzo por plantear los problemas de la cultura desde una perspectiva de base marxista. Claro está que para esta tradición la cultura es parte de la superestructura, determinada por la base económica, es decir, por las relaciones sociales de producción y su vínculo con el desarrollo de las fuerzas productivas. Los problemas de la cultura se hallaban restringidos por la dimensión económica, entendidos, por el marxismo vulgar, como reflejo de lo que ocurría en el nivel de las relaciones sociales y económicas. Frente a esta posición, los intelectuales de los Estudios Culturales, aunque aceptaban la determinación de las relaciones sociales y económicas en última instancia, se dispusieron a desarrollar y conceptualizar cuestiones específicas de la dimensión cultural. Bajo esta perspectiva, los problemas de la cultura gozaban de una autonomía relativa en cuanto a los problemas de la base, y por tanto, contaban con reglas propias, específicas, que no se resolvían en la estructura de las relaciones sociales de producción. Además, estos problemas propios de la esfera de lo cultural intervenían en los procesos de aquella estructura. Las formas que asumía el proceso de lo cultural no eran sólo un reflejo, sino que eran un componente activo del fenómeno histórico en su totalidad.

- **Decodificar: intentos de articulación con la semiótica**

Los Estudios Culturales fueron representativos de un momento relevante de la investigación en comunicación. Con la entrada de la semiótica en la mirada teórica, la relación entre los medios de comunicación y las audiencias comenzó a indagarse en torno a la circulación del sentido, lo cual supone un horizonte muy distinto de aquel que trataba de medir los comportamientos y protocolizar las regularidades.

Hall planteó un modelo para comprender el proceso de comunicación, en *Codificar/decodificar* (1980), como una estructura compleja de relaciones, producida y sostenida a través de la articulación de momentos relacionados pero distintivos: producción, circulación, distribución / consumo, reproducción. Esta aproximación es homóloga a la descrita por Marx en *El Capital*, como circuito continuo que puede sostenerse a través del pasaje de formas.²

Este esquema de la producción discursiva en los sistemas de comunicación ponía el foco en las “prácticas” y los “significados”: “Una vez completado, el discurso debe entonces ser traducido-transformado, nuevamente, en prácticas sociales (...) Si no hay significado puede no haber ‘consumo’. Si no se articula el significado en la práctica, no tiene efecto” (Hall 1980: 129).

Es así que la audiencia es a la vez “origen” y “receptor” del mensaje televisivo. “El consumo y recepción del mensaje televisivo es también él mismo un ‘momento’ del proceso de produc-

2. “Esto llevaría a pensar el proceso como una ‘estructura compleja dominante’, sostenida a través de la articulación de prácticas conectadas, cada una de las cuales retiene, sin embargo, su carácter distintivo y su modalidad específica propia, sus propias formas y condiciones de existencia” (Hall 1980: 129).

ción en un sentido más amplio, a pesar de ser el último es 'predominante' porque es el punto de partida de la efectivización del mensaje (...)" (Hall 1980: 130).

Hall retomó, sin embargo, una categoría propia de la MCR: la noción de *código*. Por eso prefirió denominar al receptor, decodificador, y al productor, codificador. Pero entonces, remarcó la falta estructural de ajuste, la asimetría, entre la "fuente" y el "receptor", en una comunicación sistemáticamente distorsionada dentro de un proceso altamente estructurado, asimétrico y no equivalente ni transparente.

Con este planteo, el incipiente uso de algunas categorías discursivas se contraponía explícitamente a la MCR: "Estamos completamente advertidos que esta re-entrada en las prácticas de recepción de audiencia y 'uso' no puede ser entendida en términos simples de conductismo. Los procesos típicos identificados en la investigación positivista como elementos aislados -efectos, usos, gratificación- están ellos mismos encuadrados en estructuras de entendimiento a la vez que son producidos por relaciones sociales y económicas que modelan su 'efectivización' en la recepción al final de la cadena y que permiten que los contenidos significados en el discurso sean transpuestos en práctica o conciencia (...)" (Hall 1980: 132).

Esta comprensión del proceso de comunicación como estructura compleja dominante formó parte de una investigación emblemática dentro de esta tradición, publicada por David Morley en *Televisión, audiencia y estudios culturales* (1992). Este intelectual, que se enmarca en la segunda generación de los Estudios Culturales, puso en cuestión, con esta investigación realizada en la segunda mitad de la década del '70, la tesis de los usos y gratificaciones, al sostener que las diferentes interpretaciones de los mensajes no son un asunto tan individual.

Morley indagó el modo en el que grupos de espectadores, cultural, social y étnicamente distintos entre sí, decodificaban un programa de televisión particular. Con el objeto de establecer el papel de los marcos culturales en la determinación de las interpretaciones individuales, escribe: "Quiero decir que no se trata simplemente de una cuestión de diferentes psicologías individuales, sino que también hay que tener en cuenta las diferencias entre individuos inmersos en diferentes subculturas, con diferentes orígenes socioeconómicos. En suma, que si bien es indudable que siempre hay diferencias individuales en el modo en que la gente interpreta un mensaje particular, bien podría ocurrir que esas diferencias individuales estuvieran enmarcadas por diferencias culturales" (Morley, 1996: 118)

La investigación se preguntó de qué manera los receptores de la audiencia inglesa decodificaban la carga ideológica que diseminaba el programa *Nationwide*, de la BBC. Se trataba de un magazine televisivo sobre temas de actualidad, "un show para la hora del té", especialmente elegido porque "(...) programas como *Nationwide* pueden desempeñar un papel ideológico fundamental en el proceso de comunicación y que, en consecuencia, es particularmente importante para nosotros analizarlos" (Morley 1996: 120). Afirmando que en la televisión no existe nada que pueda definirse como "un texto inocente", el autor remarcaba que estos pro-

gramas transmitían una cantidad no despreciable de mensajes implícitos sobre actitudes básicas y valores sociales. En *Nationwide* la producción de mensajes llevaba impresa el cometido de sostener una hegemonía de la clase dominante sobre la clase subalterna. Este cometido no debe leerse, sin embargo, bajo una visión conspirativa, sino como operación ideológica de sostenimiento de la hegemonía.

En términos generales, abstractos, el problema de la cultura es el problema de la ideología. No ideología en sentido partidario, en un sentido político ordinario, en un sentido programático (si es de derecha, de izquierda, conservador, revolucionario), sino en sentido más general de ideología de vida, con la forma en que se concretan las ideologías de vida y la relación con el mundo, con las cosas, con el otro. Y estrictamente vinculado al problema de la hegemonía, como una de las construcciones de la que la ideología es capaz.

Y aquí es interesante retomar a Hall para pensar la imagen televisiva, ya que planteó que los signos icónicos son particularmente vulnerables a ser leídos como naturales porque los códigos de percepción visual están ampliamente distribuidos, y porque este tipo de signo es menos arbitrario que el lingüístico, ya que parece poseer algunas propiedades de la cosa representada. Es aquí donde se cuele la ideología, dirá Hall, trastocando la definición de Roland Barthes (1986) en torno a la denotación y la connotación. Es en el nivel denotativo -y no en el connotativo, como suponía Barthes- donde se asienta fuertemente la ideología: "En efecto, podemos decir que su valor ideológico está fuertemente fijado porque se ha vuelto tan plenamente universal y 'natural'" (Hall 1980, 136).

Al interrogarse por la decodificación de un programa televisivo en relación al problema de la ideología, la investigación de Morley implicó otras preguntas como: ¿intervenia aquí la posición relativa de clase económica o sociocultural que tiene la audiencia en el modo de decodificar estos mensajes?, ¿Había alguna correlación entre el grupo, sector, segmento, clase, fracción a la que pertenecían los espectadores y la manera en que recibían la ideología dominante? Así, se indagaba respecto de las relaciones entre la superestructura, sus productos culturales, su edificio político ideológico y las relaciones sociales y económicas en las que los receptores estaban inscriptos. El problema de esta relación suponía la pregunta por la existencia o no de una autonomía relativa de una esfera respecto de la otra.

Es así que bajo el modelo de decodificación, Morley concluyó: "Para comprender las significaciones potenciales de un mensaje dado, debemos contar con un 'mapa cultural' de la audiencia a la que se dirige el mensaje, un mapa que muestre los diversos repertorios culturales y los distintos recursos simbólicos de que disponen los grupos situados de manera diferenciada en el seno de esa audiencia" (Morley 1996: 169-170).

Las lecturas individuales de los mensajes debían concebirse dentro de su contexto social, pero ello no significaba optar por una forma de explicación determinista en la que la conciencia individual se explicara directamente por la posición social: "Se trata siempre de que una

posición social, más posiciones discursivas particulares, produce lecturas específicas que están estructuradas porque la estructura de acceso a los diferentes discursos está determinada por la posición social” (Morley 1996, 171).

Así, esta tradición se fundó en la recuperación de autores marxistas como Louis Althusser, Antonio Gramsci, Valentín Voloshinov, Roland Barthes, para pensar la cultura y, dentro de ella, la recepción mediática, sin caer en los determinismos propios del marxismo ortodoxo³.

América Latina: pensando las mediaciones culturales

A partir de la década de 1980 se comenzó a revalorizar, en América Latina, la dimensión cultural de las prácticas de los sectores populares y su capacidad para construir sentidos diferentes a los mensajes mediáticos.

Los primeros estudios en nuestro país sobre las resistencias al poder mediático por parte de los sectores populares se realizan durante los años '70 (Aníbal Ford; Héctor Schmucler), también las reflexiones en torno a las operaciones de lectura (Beatriz Sarlo) y las investigaciones sobre los usos de la radio (María Cristina Mata) a partir de los '80.

No obstante, en América Latina este desplazamiento teórico se evidenció, fundamentalmente, con la publicación de dos libros que rápidamente se transformaron en referencia: *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero (1987) y *Culturas Híbridas* de Néstor García Canclini (1990).

Martín-Barbero sistematizó esta perspectiva: “Se abre así el debate a un horizonte de problemas nuevo en el que lo redefinido es tanto el sentido de la cultura como el de la política, y en el que la problemática de la comunicación entra no solamente a título temático y cuantitativo —los enormes intereses económicos que mueven las empresas de comunicación—, sino cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave la comprensión de su naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también. Es en el cruce de esas dos líneas de

3. Aquí es importante destacar también los desarrollos de la llamada Escuela de Frankfurt, en torno a la *industria cultural* (Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Herbert Marcuse) que, aunque no recuperamos sus reflexiones en este artículo, merecen, no obstante, ser nombrados como tradición teórica influida por el marxismo y también el psicoanálisis que pensó, entre los '40 y los '60, los problemas de la cultura, y entre ellos, las industrias de los medios masivos.

renovación —la que viene a inscribir la cuestión al interior de lo político y la comunicación en la cultura— donde aparece en todo su espesor el desafío que representa la industria cultural” (Martín-Barbero 1987: 228).

Las primeras investigaciones que Barbero realizó fueron sobre los melodramas televisivos, ya que en ellos se fusionaban dos tradiciones populares: los relatos de la memoria colectiva y los espectáculos populares. Por su parte, Canclini estudió los mecanismos de “descolección” aparecidos con las videocaseteras, las fotocopiadoras y los videoclips.

De este modo, en los ‘90 tomó impulso nuevamente la reflexión sobre el rol de sus audiencias —fundamentalmente televisivas— en la apropiación, resignificación y lucha de la instancia de circulación de los discursos. Desde entonces, se han realizado en nuestro continente innumerables investigaciones que revalorizan el papel de los públicos desde diversos abordajes teóricos y metodológicos (para un análisis detallado de este tema ver Jacks 1996).

Por otra parte, con la aparición de las computadoras y los teléfonos celulares aparecieron nuevos debates en torno a las prácticas de sus usuarios, lo que ha llevado a varios analistas a plantear que se está produciendo un “resurgir” de los receptores “activos”. Sin embargo, parece necesario reflexionar críticamente sobre esta afirmación.

Internet: la emergencia del *prosumidor*

Decir que Internet ha modificado nuestra vida cotidiana resulta casi una obviedad. Su uso continúa creciendo: a pesar de que es muy difícil calcular el porcentaje actual de usuarios a nivel mundial, a comienzos de 2011 se estimaba que llegaban a los 2000 millones⁴. Por su parte, a fines de 2010 había en Argentina más de 20 millones, es decir que más de la mitad de la población tiene acceso a la web⁵. Sin embargo, esta penetración de Internet no se genera solamente gracias a las computadoras en los hogares, sino también mediante los teléfonos celulares, que en los últimos años se expandieron fuertemente: a comienzos de este año había en nuestro país cerca de 58 millones de líneas activas, lo que equivale a un celular y medio

4. Cfr. “Internet ya cuenta con 2000 millones de usuarios en todo el mundo”, artículo publicado en el diario La Nación el 26 de enero de 2011. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1344729-internet-ya-cuenta-con-2000-millones-de-usuarios-en-todo-el-mundo>

5. Cfr. “Más del 50 por ciento de los argentinos ya son usuarios de internet”, artículo publicado el 14 de septiembre de 2010 en el portal de noticias gubernamental Argentina.ar. Disponible en: http://www.argentina.ar/_es/pais/C4719-mas-del-50-por-ciento-de-los-argentinos-ya-son-usuarios-de-internet.php

por habitante⁶. Como consecuencia, la computadora se ha transformado en una especie de *media center* donde se leen noticias, se escucha música y se miran series, películas, fotos, etc. Además, permite trabajar y desarrollar diversas funciones, como captar y procesar datos que las redes distribuyen a larga distancia. Esta situación le otorga a la PC cierta centralidad dentro el hogar, como la que antaño supieron tener los radios o los televisores (aunque podría decirse que aún la TV es el medio de comunicación más importante).

Asimismo, el acceso a Internet mediante notebooks, celulares y wi-fi, lentamente va ganando terreno. En fin, se evidencia un crecimiento constante y continuo de la cantidad de personas que navegan en la web y que utilizan teléfono celular, dos servicios que han modificado la forma de comunicarse de las personas y las posibilidades de acceso y difusión de información y datos, como así también crearon nuevas formas de control, poderes y mercados monopolísticos.

También se reestructuran las instancias de producción, distribución, recepción y uso de los bienes simbólicos. De esta forma, aparece una sobreoferta de contenidos culturales e informativos generada en gran medida por los propios consumidores⁷.

Todas estas prácticas van conformando lentamente, en ciertos sectores de la red, una cultura construida, en gran parte, por los propios internautas, principalmente jóvenes. En este sentido, la producción cultural actual no puede pensarse solamente desde el punto de vista de que las industrias del entretenimiento marcan las tendencias de consumo, sino que también es necesario tener en cuenta las prácticas de trabajo / juego / reinención que llevan a cabo los diversos públicos que producen materiales.

Como un intento de explicar este fenómeno se comenzó a utilizar el acrónimo *prosumidor* (que fusiona las palabras “productor” y “consumidor”), inventado por Alvin Toffler décadas atrás, para referirse a las acciones de los internautas. En su libro *La Tercera Ola* de 1980, Toffler vaticinaba el surgimiento de una organización del sistema social basado en los cambios culturales y en el desarrollo de nuevas tecnologías. Con la noción de ola se refería a los tipos de civilización existentes. Según el autor, la primera ola en la historia de la humanidad fue la revolución agrícola que dio comienzos a la era neolítica. La segunda ola fue la revolución

6. Cfr. “Celulares en Argentina: casi un teléfono y medio por habitante”, artículo publicado en el sitio web Enciclomedios el 29 de marzo de 2011, el cual presenta un cuadro donde se detalla la evolución de la telefonía celular en nuestro país. Disponible en: <http://www.enciclomedios.com/node/13392>

7. Un ejemplo de esto es que cualquier persona que tenga los conocimientos básicos puede tomar fotografías y modificarlas, hacer videos nuevos o editar los ya existentes y tener un canal para *subirlos*, tener su propio blog, etc. Así como varios modelos de producción y consumo *peer-to-peer*, basados en la gratuidad y la solidaridad, que se caracterizan por la espontaneidad y rapidez para acceder a todo tipo de archivos, como canciones, libros, películas, juegos, aplicaciones de *software*, etc. A su vez, aparecen sistemas de reproducción en *nube* (en inglés: *cloud computing*), que están impulsando fuertemente el consumo vía *streaming* (consumo *online*). Estos sitios permiten a los usuarios adquirir y compartir contenidos digitales; algunos legalmente, y otros no. Algunos son gratuitos y otros, no.

industrial que dio impulso a la era moderna, basada en la producción en masa y en las grandes fábricas. Finalmente, la tercera ola sería producto de la revolución en las tecnologías de la comunicación y la información. Estaría basada en fuentes de energía diversificadas y renovables, compuesta por familias no nucleares que viven en hogares “electrónicos”, con menor intervención estatal en unas economías semiautónomas conformada por *prosumidores*. Es decir que, junto con la tercera ola toffleriana, reaparecerían los modos de producción que fueron desapareciendo a partir del siglo XVIII, ya que se crearán máquinas que posibilitan a los individuos producir bienes por sí mismos. De esta forma, podrían crear valor económico, pero no con un fin lucrativo sino para uso personal o compartiéndolo gratuitamente.

Aquí no nos interesa discutir si tiene relevancia o no el planteo, si Toffler realizó un diagnóstico certero o equivocado. Solamente deseamos resaltar que este concepto novedoso para la década de los ochenta del siglo pasado fue retomado por algunos analistas argentinos (Urresti 2008; Zanon 2008; Piscitelli 2009) para explicar los modos de producción y de intercambio propios de las tecnologías digitales que se caracterizan por permitirles a los usuarios generar contenidos y difundirlos.

Ha aparecido un usuario que publica información, que comparte imágenes, que edita videos, que participa en foros de discusión y que alimenta páginas de *software* con código abierto. Estos ámbitos generados para y por el *procomún* se basan en que el *prosumidor* pueda tener a su alcance diversos materiales, para que pueda apropiárselos, mezclarlos y editarlos, para luego difundirlos nuevamente. En este sentido, generan un nuevo tipo de consumo: más heterogéneo, más solitario, más segmentado y más activo.

En síntesis, puede decirse que en Internet se conjugan dos aspectos: al mismo tiempo que se consolida un tipo de consumo más individualizado y autónomo que el que ya existía antaño, está emergiendo un tipo de consumidor que produce contenidos digitales y los comparte virtualmente⁸.

Ahora bien, esto no significa que esta nueva forma de consumo (solitaria, digital y virtual) vaya a reemplazar otras formas existentes, sino que es probable que se complementen. Además, está claro que no toda la producción, distribución y acceso de los bienes culturales se realiza en la red.

Si bien la economía del ciberespacio agrupa a las empresas en grandes redes de relaciones de interdependencia en cuyo seno comparten actividades e intereses de mercado, puede plantearse que los soportes digitales permiten, a la vez, la aparición de expresiones culturales que se basan en la participación y colaboración entre internautas debido a que, entre otras cosas, brindan herramientas no muy difíciles de utilizar para producir contenidos propios,

8. Una muestra de ello son los programas como Ares y eMule, que se basan en el intercambio de archivos con sistema peer-to-peer.

como hacer un video, editar canciones y *remixarlas*, publicar en un blog, etc. “El *prosumo* es, de esta forma, un tipo de relación con los productos y los servicios masivos y estandarizados, en la que prevalece cierta autonomía de la demanda; en efecto, el polo que tiende a salir fortalecido con este tipo de innovaciones tecnológicas y comunicativas” (Urresti 2008: 54).

Antaño, los medios generalistas, como la radio y la primera televisión, tenían contenidos que apuntaban a un público lo más amplio posible. “La ventaja específica de las tecnologías de la comunicación del siglo XX, que incluyen la transmisión del sonido y de la imagen, consiste en haber alcanzado a todos los públicos, todos los medios sociales y culturales. De entrada, los medios de comunicación del siglo XX han sido inscritos en la lógica de la cantidad” (Wolton 2000: 35). Sin embargo, los desarrollos técnicos dieron lugar a programaciones temáticas destinadas a diferentes públicos: con la aparición de las radios FM o la TV por cable se amplió la oferta de contenidos y diversificó el público. Los soportes digitales están consolidando aún más este proceso. Esto se debe, entre otros factores, a que con el correr de los años el mercado consolidó una oferta heterogénea para los diferentes tipos de internautas.

Por lo tanto, el consumo de las sociedades contemporáneas, basadas en el individualismo propio de un modo de producción capitalista, tiende a ser cada más autónomo, segmentado y heterogéneo por medio de diversos dispositivos digitales que se insertan en la vida cotidiana.

Según Dominique Wolton, otorgarle *potencialmente* la opción de intervención al usuario es una característica que diferencia a Internet del resto de los medios masivos anteriores: “El usuario tiene la sensación de tornarse activo. No recibe más las imágenes, toma la iniciativa. Ciertamente con la televisión temática la sensación de elegir es intensa, pero permanecemos en la lógica de la recepción: miramos y luego hablamos, mientras que con la computadora estamos en otro espacio. (...) La interacción asegurada por el teclado produce una sensación de responsabilidad y de acción. Finalmente, las nuevas técnicas satisfacen una formidable necesidad de comunicación *inmediata*. *Internet es lo opuesto de la televisión, el intercambio prevalece sobre la imagen*. (...) Con la computadora, el usuario tiene la sensación de ser el actor de lo que hace. Es la fuerza del *‘do it yourself’* [hágalo usted mismo]” (Wolton 2007: 254-255).

Es decir que la web posee un rasgo novedoso, ya que permite una participación (potencialmente) más “activa” y “directa” por parte sus usuarios. Esto significa una ruptura con respecto a los medios ya existentes, cuya mayor incidencia está puesta en los momentos de la emisión —sin desconocer, por supuesto, la relevancia de las instancias de negociación y lucha por el sentido de los mensajes por parte del público, a las que nos referimos anteriormente.

Esto lleva a pensar que debido al acceso que se realiza en soledad desde la computadora personal o el celular estaría apareciendo un consumo más centrado en la demanda, basado en el *zapping* de internautas “activos”. En este sentido, los consumidores *zappeadores* serían una marca en nuestra época.

Consideraciones finales


La investigación en comunicación se ha desarrollado en estrecha vinculación con otros campos de estudio, como la psicología, la sociología, la semiótica o la antropología. El desarrollo de las ciencias sociales a lo largo del siglo XX ha permitido pensar, trascendiendo las fronteras disciplinarias, diversos enfoques sobre el rol que cumplen los destinatarios de los *mass media*. Las diversas revisiones del modelo lineal inicial demostraron, por un lado, la imposibilidad de que la “masa” responda de manera uniforme cuando está compuesta por grupos heterogéneos. Por otro, las diferencias que suponen las particularidades psicológicas existentes entre los individuos.

A la par, se han sucedido innovaciones técnicas que permitieron la aparición de nuevos medios de difusión masiva. Primero la prensa y la radio, luego la televisión y, por último, Internet generaron debates en torno a su capacidad de persuasión, sus mecanismos de reproducción del sistema social vigente, su construcción de hegemonía y las acciones de adhesión, participación, apatía, resistencia o lucha por parte de las audiencias. Las distintas denominaciones que se utilizaron para referirse al público (masa, individuos, grupos, clases populares, subculturas) es una muestra del recorrido en las discusiones teóricas y metodológicas al respecto.

Es por eso que resulta incorrecto decir que los receptores activos y participativos han aparecido recién con Internet. Esta afirmación puede leerse por ejemplo en autores como el británico Tim Berners-Lee (2000), los estadounidenses Shayne Bowman y Chris Willis (2003), el colombiano Carlos Arcila Calderón (2006), el argentino Leandro Zanoni (2008) o la española Sonia Ruiz Blanco (2009). Estos autores basan sus conclusiones en la hipótesis de que el modelo tradicional de la información (emisor-mensaje-receptor) entró en crisis con el surgimiento de Internet y que por lo tanto será superado por un modelo que se caracterice por el *feed-back* y la conversación de todas las partes involucradas. Esta interpretación constituye un error que desconoce que aquel modelo lineal ha sido muy criticado y superado por los estudios de recepción que hemos mencionado en este trabajo.

En consecuencia, es una falacia decir que internet “creó” los receptores activos. Debido a que ya hace varias décadas que las investigaciones han demostrado que las audiencias nunca fueron pasivas ni mucho menos. En todo caso, resulta más adecuado afirmar que las tecnologías digitales le dieron un nuevo impulso o que han dinamizado y complejizado las prácticas de recepción y uso de los contenidos de las industrias culturales.

En otras palabras: en los últimos años se ha producido un quiebre conceptual con respecto a las teorías de la recepción mediática debido a la aparición de una nueva tecnología y no por la incorporación de un nuevo marco teórico-metodológico. Esta ruptura se manifiesta, por ejemplo, en la utilización del término *prosumidor* para referirse a los usuarios de web. Aunque



sería necesario también investigar la capacidad heurística de este concepto, ya que insinúa cierta autonomía por parte de los usuarios de la web y que no tiene en cuenta las relaciones de poder y las grandes empresas y gobiernos que operan en la web con el objetivo, en muchos casos, restringiendo la actividad de los internautas.

Debemos decir también que Internet no podría caracterizarse como medio masivo, al modo de la radio o la televisión, tampoco como un medio de comunicación personal como el teléfono o la carta. Creemos que, juntamente, se encuentra en el cruce de estos dos modelos y ello hace a sus propias características y sus configuraciones.

El pasaje que realizamos en torno a las diversas rupturas acaecidas en los estudios de recepción intenta mostrar que las mismas se debieron al desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación y, sobre todo, al desarrollo de las ciencias sociales, bajo matrices epistemológicas y metodológicas tan divergentes como el positivismo, el marxismo, la semiótica interpretativa.

Hoy resulta necesario pensar este nuevo soporte mediático que es la web y parecería que las categorías referentes a la recepción resultan ser insuficientes. Como sucedió con la prensa a principios del siglo XX, la radio en los '20, la televisión en los '60, los incipientes estudios se hallan, de alguna manera, influenciados por una mirada aplicada al mercado, desde las visiones del marketing y la tecnofilia. No obstante, creemos que el desarrollo de una mirada teórica más rigurosa y reflexiva debe gestarse, justamente, revisando de manera crítica los programas de investigación que de modo emblemático marcaron los estudios de comunicación durante el siglo pasado.

Bibliografía

Arcila Calderón, Carlos (2006) "El ciudadano digital, en Revista Latinoamericana de Comunicación *Chasqui*, N° 93.

Barthes, Roland (1986) "Retórica de la imagen", en *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona, Paidós, Barcelona.

Berners-Lee, Tim (2000) *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*, Siglo XXI, España.

Bowman, Shayne y Willis, Chris (2003) *Nosotros, el medio*, Traducido en Español en febrero del 2005 en PDF y disponible en: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>

Jacks, Nilda (1996) "Tendências latino-americanas nos estudos da recepção", en Revista FAMECOS, N° 5, Noviembre, Porto Alegre.

Hall, Stuart (1980) "Codificar/decodificar", en *Culture, Media y Lenguaje*, Hutchinson, Londres. Traducción: Silvia Delfino.

Lasswell, Harold (1977) "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en *La comunicación de masas*, Editorial Cedral, Argentina.

Lazarsfeld, Paul (1962) *El pueblo elige*, Ediciones 3, Argentina. (Ed. or. 1944).

Lazarsfeld, Paul (1964) "Los medios de difusión y las masas", en Horowitz, I. L. (comp.), *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*, Vol. II, Eudeba, Buenos Aires.

Lazarsfeld, Paul (1993) "De los conceptos a los índices empíricos", en Hyman, Lazarsfeld et al., *La investigación social*, CEAL, Buenos Aires.

Homans, George (1990) "El conductismo y después del conductismo", en Giddens, A. (compil.), *La teoría social hoy*, Alianza, México.

Merton, Robert (1980) *Teoría y Estructura Sociales*, FCE, México (ed. or.: 1949).

Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; Gurevitch, Michael (1974) *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No. 4. Oxford University Press. Disponible en: <http://links.jstor.org/sici?sici=0033-362X%28197324%2F197424%2937%3A4%3C509%3AUAGR%3E2.0.CO%3B2-7>

Martín-Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, México.

Merton, Robert & Lazarsfeld, Paul (1977) "Comunicación de masas, gusto popular y acción colectiva", en *La comunicación de masas*, Muraro, Heriberto (ed.), Cedal, Argentina.

Morley, David. (1996) *Televisión, audiencia y estudios culturales*, Amorrortu, Argentina.

Piscitelli, Alejandro (2009) *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de participación*, Editorial Santillana, Argentina.

Ruiz Blanco, Sonia (2009) *Del blog al microblog: el devenir del receptor en generador y emisor de contenidos en la web 2.0*. Tesis doctoral dirigida por Francisco Javier Ruiz San Miguel y Ana Julia Gómez Gómez, Universidad de Málaga, España. Disponible en: <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/17968070.pdf>

Toffler, Alvin (1980) *La tercera ola*, Plaza & Janes. S.A, Colombia


Urresti, Marcelo (2008) *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Argentina.

Wolf, Mauro (1996) *La investigación de las comunicaciones de masas. Críticas y perspectivas*, Paidós, Argentina.

Wolton, Dominique (2000) *Internet ¿y después?*, Gedisa, España.

Wolton, Dominique (2007) *Pensar la comunicación. Punto de vista para periodistas y políticos*, Prometeo, Argentina.

Zanoni, Leandro (2008) *El Imperio Digital*, Ediciones B, Argentina.



Usuarios y sentido.

Dos caracterizaciones

Nicolás R. Achkar

Estudiante de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y RRII de la Universidad Nacional de Rosario.

nicolas@achkar.com.ar / achkar.nicolas@gmail.com

Resumen

Este trabajo busca esbozar algunas reflexiones en torno a los medios y los usuarios a partir de la noción de “dispositivo” propuesta por Agamben y entrecruzándola con la caracterización de “los bárbaros” presentada por Alessandro Baricco en su libro *Los Barbaros. Ensayo sobre la mutación* y la de “nómada” utilizada por Marshall McLuhan en su libro *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* para plantear la posibilidad de múltiples subjetividades intervinientes en el proceso de asignación de sentidos en el consumo de tecnología.

Palabras claves: Usuarios - bárbaros - nómadas - consumo - tecnología

Abstract

This paper seeks to outline some thoughts around media and users starting with the “device” concept proposed by Giorgio Agamben and crisscrossing it with the characterization of “the barbarians” presented by Alessandro Baricco in his book *The Barbarians. An essay on mutation* and the “nomad” used by Marshall McLuhan in *Understanding media: the extensions of men* to raise the possibility of multiple subjectivities involved in the process of assigning senses in technology consumption.

Key-words: Users - barbarians - nomads - consumption - technology

“Así como los bárbaros ascendieron hasta la cumbre de la escala social romana, los romanos se encontraron dispuestos a asumir los trajes y usanzas tribales, movidos por el mismo espíritu frívolo y esnob que impelía a la corte francesa de Luis XVI hacia el mundo de los pastores y pastoras”

Marshall McLuhan

Introducción y una propuesta ontológica para pensar las nuevas tecnologías

Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano (McLuhan 1964) es probablemente una de las obras más paradigmáticas en los estudios sobre medios. Con los años no sólo no ha perdido actualidad, sino que de hecho cada vez se muestra más útil a medida que nuevas lecturas e interpretaciones surgen de ella. Un verdadero clásico.

Aún así, muchas veces pareciese que a este gran trabajo le faltase una pata. En particular, creo que esta obra por momentos parece adolecer la falta de una idea definida de sujeto que sirva de anclaje al proceso de creación, asignación y apropiación del sentido. Es entendible que McLuhan haya eludido esta cuestión si se tiene en cuenta su formación en letras y crítica literaria, o como dice Lewis H. Lapham en la *Introducción* a la edición del MIT Press: “... una y otra vez recuerda a sus lectores que sus proposiciones deben tomarse más como un tropo literario que como una teoría científica” (McLuhan 1964: 13). Pero mi apuesta es que el problema está en el mismo intento de pensar en *una sola idea definida de sujeto*. De su lectura pueden desprenderse varias posibles ideas de sujeto. ¿Es posible, a partir de McLuhan, pensar en la idea de subjetividades emergentes y no de un sujeto dicho en un solo sentido?

En comunicación entendemos como fundamental el lazo inmanente e indisoluble entre sujeto y sentido. Es una problemática enorme y profunda, que le ha costado interminables debates a la filosofía y la psicología. Con sólo mencionar a Gilles Deleuze se abre todo el abanico de la(s) multiplicidad(es) y la(s) subjetividad(es): “Como cada uno de nosotros era varios, en total ya éramos muchos” (Deleuze & Guattari 2006: 9). Pero no nos ocuparemos aquí de demostrar la emergencia de múltiples subjetividades, la tomaremos como posible para pensar a los usuarios de tecnología del siglo XXI y los sentidos que ponen a circular.

¿Cómo podemos pensar a los usuarios consumidores de medios en los tiempos que corren? ¿Cómo es que se produce la apropiación y generación de sentidos con la existencia de nuevos medios como internet? Intentaré aquí presentar lo que es apenas un atisbo de esta proble-

mática a través de dos caracterizaciones cercanas y similares sobre los usuarios y el sentido: El *bárbaro* de Alessandro Baricco y el *nómada* de Marshall McLuhan. Para ello voy a necesitar ayuda.

El italiano Giorgio Agamben presentó en 2005, en la Universidad Nacional de La Plata (Argentina), una conferencia titulada “¿Qué es un dispositivo?”. En ella realiza un recorrido por la enigmática categoría, centrándose en la acepción que Michel Foucault formuló y ampliándola. Es allí donde este autor nos acerca una propuesta ontológica concisa y operativa para pensar al sujeto y a los dispositivos: la piedra fundamental para este trabajo. En su seno trataremos de ubicar, más adelante, las dos caracterizaciones de los usuarios mencionadas:

“Les propongo nada menos que una repartición general y maciza de lo que existe en dos grandes grupos o clases: de una parte los seres vivos o las sustancias y, de la otra, los dispositivos en los que están continuamente capturados. [...] y entre los dos, como un tercero, los sujetos. Llamo sujeto a lo que resulta de la relación o, por así decir, del cuerpo a cuerpo entre los vivos y los aparatos” (Agamben 2005: 5)

Esta invitación que realiza Agamben, en su simple formulación, tiene detrás de sí complejísima consideraciones filosóficas que llegan hasta el mismo Heidegger. Para este trabajo tendremos que limitarnos a tomarlas por saldadas, puesto que el fin que aquí nos convoca se encuentra en otro lugar. Continuamos:

“Naturalmente las sustancias y los sujetos, como en la vieja metafísica, parecen superponerse, pero no completamente. En este sentido, por ejemplo, un mismo individuo, una misma sustancia, puede ser el lugar de múltiples procesos de subjetivación: el usuario de celulares, el navegador en Internet, el escritor de cuentos, el apasionado del tango, el no-global, etc.” (Ibidem)

El autor advierte a continuación una posible crítica, válida por cierto, según la cual pensar la categoría subjetividad de esta manera podría vaciarla y quitarle consistencia, pero bien aclara que no se trata “de una cancelación o de una superación, sino de una diseminación”. Esta idea de la diseminación que acompaña a la posibilidad de múltiples subjetividades resultará fundamental más adelante.

Entendiendo entonces al sujeto como aquello que emerge del cuerpo a cuerpo entre los vivos y los aparatos, es el momento de brindar la definición que Agamben da de los dispositivos:

“Generalizando ulteriormente la ya amplísima clase de los dispositivos foucaultianos, llamaré literalmente dispositivo a cualquier cosa que tenga de algún

modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. No solamente, por lo tanto, las prisiones, los manicomios, el panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder es en cierto sentido evidente, sino también la lapicera, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, las computadoras, los celulares y -por qué no- el lenguaje mismo, que es quizás el más antiguo de los dispositivos, en el que millares y millares de años un primate -probablemente sin darse cuenta de las consecuencias que se seguirían- tuvo la inconsciencia de dejarse capturar” (Agamben 2005)

Giorgio Agamben nos invita a pensar la posibilidad de considerar a los dispositivos como M. Foucault los entendió de un modo más amplio. No basta con pensar a los grandes dispositivos, encausadores y modificadores de la conducta, como el dispositivo de la sexualidad, el carcelario, sino también a tomar a otros medios, otras tecnologías que se juegan en otros entramados de poder pero de forma más indirecta. Los dispositivos, las tecnologías como lugar de pasaje y configuración de las subjetividades. Es una propuesta atractiva para pensar el universo del sentido y de los usuarios cuando el mundo aun se debate entre apocalípticos e integrados (eligiendo la dicotomía de Umberto Eco, entre otras).

Marshall: *Los nómades*

Los dispositivos, las tecnologías, los medios como lugar de pasaje y formación del sujeto. ¿Nos resulta esto familiar? McLuhan nos acerca una respuesta. Cuando habla de medios, además está decir que no solamente toma a los medios masivos de comunicación, tales como la televisión, la radio, la prensa escrita, o el cine, sino que a ellos suma el dinero, la electricidad, el papel, el metal, el teléfono: “Los medios del dinero, de la rueda, o de la escritura, o cualquier otro medio especializado de intercambio e información, pueden fragmentar una estructura tribal”. El medio ¿Tránsito o ámbito? “*El medio es el mensaje*”, nuestro mantra, nos está dando la pauta, la fuerte pauta, de que Agamben puede estar en lo cierto. El medio modifica, no es sólo tránsito: es ámbito; es lugar; es ecosistema: “El mensaje de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala, ritmo o patrones que introduce en los asuntos humanos” (McLuhan 1964: 30). El celular, el foco de bajo consumo, el lenguaje mismo, ¿grandes creadores de subjetividad?: “... es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos” (McLuhan 1964: 31).

Esta manera de entender que el medio es el mensaje, que las herramientas que creamos nos modifican, que devenimos aquello que observamos, nos remite al Foucault de *Las Palabras y las Cosas* (Foucault 1968). Allí la linealidad del significante, nuestra manera de escribir, la sucesión sintagmática crean determinadas condiciones y posibilidades del decir, conformando así una episteme que hace posible la emergencia de cierto tipo de conocimientos (Foucault 1968: 1/10), la imprenta de tipos móviles ordenó nuestra percepción visual en línea recta acostumbrando nuestro pensamiento al esquema de la página impresa y “la disposición en serie de los fragmentos obtenidos” (McLuhan 1964: 33).

Este fenómeno iniciado por Gutenberg, explica McLuhan, fragmenta y mecaniza. La electricidad vino a romper con ese paradigma mecánico introduciendo la instantaneidad, la simultaneidad, la organicidad.

Los medios son espacios en los que los sujetos se sumen, volviéndolos sus extensiones y modificando sus percepciones. Los contenidos son entonces moldeados, modificados por el medio. El medio define y redefine, y crea sus propias condiciones, su propia episteme. Parece ser válida la pretensión de entender a los medios como un ecosistema, como un ámbito y no sólo un espacio de tránsito.

Podemos iniciar aquí un paréntesis. Volviendo a Foucault, resulta interesante ver por qué él abandona más tarde en su obra la noción de episteme. Ésta sólo muestra un estado cristalizado de las relaciones de fuerza, es el resultado de un estado del poder. La reemplaza, justamente, por la noción de dispositivo, en la que el poder puede verse en movimiento, y quedando la episteme como un dispositivo eminentemente discursivo (Castro 2004). La utilización de la noción de dispositivo nos permite además no descuidar la posición del sujeto en los entramados de poder, en tanto sujeto sujetado, en la relación de lo discursivo y lo no discursivo.

Los medios se encuentran en una red con otros medios, objetos, discursos, instituciones, poderes y lenguajes. Es a esta red a la que llamamos dispositivo. Y es por ella que el individuo efectúa su pasaje y se somete a procesos de subjetivación múltiples y simultáneos. Fin del paréntesis.

Con la aparición de los medios electrónicos, simultáneos, instantáneos y orgánicos, es toda una estructura la que se rompe, es el cambio de escala más grande. Si recordamos que los medios masivos no lo son por el tamaño de sus audiencias sino porque todo el mundo se ve implicado en ellos al mismo tiempo, se derriban los muros que contenían al usuario. “La nueva tecnología eléctrica extiende el tratamiento instantáneo del conocimiento mediante una interrelación que ya se produjo hace mucho tiempo en nuestro sistema nervioso central. Es esta velocidad la que constituye la «unidad orgánica» y cierra la edad mecánica que había acelerado con Gutenberg. La automatización introduce la verdadera «producción en masa»,

no en términos de cantidad sino en virtud de un instantáneo abrazo inclusivo.” (McLuhan 1964: 354)

Esta temática está íntimamente relacionada con el trabajo de Alessandro Baricco que abordaremos en la próxima parte del trabajo, vale la pena recordarlo. En la era de los medios eléctricos ocurre una emancipación del consumidor de medios, o teniendo en cuenta su rol activo: el prosumidor (para tomar una categoría que está actualmente en boga en los estudios de medios). La electricidad descentraliza.

La figura moderna del ciudadano es poco a poco reemplazada por la del *nómada*. Llegamos aquí a la primera caracterización de los usuarios. De hecho, McLuhan menciona esta idea del nómada unas pocas veces a lo largo del libro. Sin embargo, en el último párrafo, de modo casi triunfal, escribe:

“De repente, el hombre se ha convertido en nómada recolector de conocimientos, nómada como nunca, mejor informado que nunca, más libre que nunca de la especialización fragmentaria, aunque implicado como nunca en el proceso social total, ya que, con la electricidad, extendemos globalmente nuestro sistema nervioso central y lo relacionamos instantáneamente con toda la experiencia humana.” (McLuhan 1964: 362)

Y esto es clave, puesto que en la medida que algo se vuelve más complejo, se vuelve a su vez menos especializado. El usuario de las nuevas tecnologías, el nativo digital, ha convertido este principio en una forma de vida. Los consumos son cada vez más diversos, puesto que con la última etapa en la evolución de internet, y el florecimiento de la web 2.0, ha tenido lugar una hibridación entre los distintos medios en la que muchas competencias y destrezas son desplegadas al mismo tiempo. Hoy es más cierto que nunca que las instrucciones de uso de los medios se encuentran por fuera de éstos. El mensaje de todo medio es siempre otro medio. En internet está la radio, está la TV, están los libros. Y viceversa. YouTube, los blogs, MySpace, los celulares con video y mp3, las tablets PC, han afectado y modificado también las formas de escuchar radio, ver televisión y leer.

No se trata solamente de una diferencia de interfase, ni una estética en la producción de contenidos, se trata de una reconfiguración total de la *experiencia* del usuario. Y la analogía con el nómada no es casualidad. Si releemos la última cita de McLuhan tal vez podamos entender con mayor claridad que el nómada es aquel usuario que viaja de medio en medio tomando porciones de sentido, recolectando información acorde a las competencias que los otros medios le han provisto. Es un crecimiento de la complejidad en detrimento de la especialización. De la diversidad en detrimento de la profundidad.

Extendemos nuestro sistema nervioso central. Los medios como extensiones del hombre, pero no un espacio de tránsito, sino como un lugar de apropiación, un ámbito y un ecosistema. Inmediatamente podemos intuir algunas de las consecuencias del universo del sentido relacionadas con esta manera de pensar a los usuarios. El sentido en ningún momento deja de ser una apropiación y una propuesta inmanente del usuario a partir de sus previas experiencias y previos consumos. Avanzaremos sobre este punto en el siguiente apartado.

"Difícilmente podrían tratarse las cuestiones sobre las extensiones del hombre sin considerarlas todas a la vez. Cualquier extensión, sea de la piel, de la mano o del pie, afecta a todo el complejo psíquico y social"

Alessandro Baricco: *las branquias*

En su ensayo *Los bárbaros*, este autor italiano realiza un interesante recorrido sobre los nuevos "barbaros", en una clara alusión a la eterna oposición entre civilización y barbarie. El objeto central de este ensayo es la reconfiguración total del plano del consumo y el sentido en los tiempos que corren. Para comenzar cita esta vieja sensación, tan expuesta por los apocalípticos, de una catástrofe inminente y el fin de la civilización a manos de hordas bárbaras. Sensación tan vieja como la civilización misma. O, como él dice, podría tratarse de "el normal duelo entre generaciones, el poder constituido que defiende sus posiciones acusando de bárbaros a las fuerzas emergentes..." (Baricco 2011: 13).

Sin embargo, parece que en este caso no hablamos de una guerra de posiciones, sino de un cambio total del mapa. Una trasfiguración. Estamos frente a la segunda caracterización de los usuarios: "Esos a los que llamamos bárbaros son una nueva especie, que tiene branquias detrás de las orejas y que han decidido vivir bajo el agua" (Ibidem).

¿Qué significa que "han decidido vivir bajo el agua"? Sumado esto a la idea de transfiguración del mapa, es un panorama interesante el que Baricco nos provee para pensar los medios. El autor realiza un gran esfuerzo a lo largo del libro para explicar este fenómeno a través de la forma de operar de estos *bárbaros*. Para comenzar, realiza una radiografía de tres *saqueos*, a tres *aldeas*: el vino, el fútbol, y los libros. A partir del recorrido de las transformaciones en estos tres ámbitos logra elaborar una serie de principios que intentan dar cuenta de qué es lo que cambió con la aparición de vinos fáciles de beber, un fútbol espectacular, y libros que *no son libros*.

Una de las principales razones mencionadas está relacionada con un principio de democratización: “hay una revolución tecnológica que rompe de repente con los privilegios de la casta que ostentaba la primacía del arte” (Baricco 2011: 47). Tal vez esto nos recuerde a la época de la reproductibilidad técnica del ilustre Walter Benjamin. Pero lo cierto aquí es que hay un componente clave y es la cuestión de la tecnología cambiando las escalas. En los vinos, por ejemplo, la fermentación controlada por sistemas de aire acondicionado en las cavas posibilita la producción de vinos en lugares impensados, como California. Es clara la relación con McLuhan en este punto, y también con Agamben. Las tecnologías se constituyen en dispositivos que son una red de elementos que acaban por modificar por completo el paisaje, y a los sujetos en su pasaje por ellas.

Los bárbaros tienen, y esto es central, una idea de calidad completamente diferente a la de los modernos. A través del ejemplo de los libros escritos por personajes de la tv, o acerca de películas, Baricco efectúa un desarrollo brillante que lo lleva a elaborar la siguiente formulación: “(para los bárbaros) el valor del libro reside en ofrecerse como abono para una experiencia más amplia: como segmento de una secuencia que empezó en otro lugar y que, a lo mejor, terminará en otra parte” (Baricco 2011: 83).

Una idea verdaderamente atrapante. El valor, el sentido, está disperso en la superficie, y sólo sirve si puede ser colocado en una secuencia con otros sentidos. Volvemos a la idea del *nómada* que trabajamos con McLuhan. No es de sorpresa que, de hecho, las grandes tribus bárbaras hayan sido, en buena medida, nómades. “Los bárbaros utilizan el libro para completar secuencias de sentido que se han generado en otra parte” (Baricco 2011: 83) y por ello “tienen a leer únicamente los libros cuyas instrucciones de uso se hallan en lugares que NO son libros” (Baricco 2011: 84). ¿Resulta esto familiar? Esta idea encaja a la perfección con nuestra interpretación del mantra mcluhaniano “*el medio es el mensaje*”. El contenido de un medio siempre es otro medio. “El sentido no reside en un rasgo originario y auténtico propio, sino en la huella que de ellas se libera cuando entran en conexión con otros fragmentos de mundo” (Baricco 2011: 181).

El sentido de pronto no se nos aparece en el punto, sino en la trayectoria; no está sumergido en las profundidades, sino disperso en la superficie. La calidad de una narración, la relevancia en un consumo estará en la cantidad de energía que pueda tomar de otros fragmentos de mundo, y que sea luego capaz de depositar en otro sitio. Esto es, como dice el autor, *privilegiar la comunicación por sobre la expresión*. “Por regla general, los bárbaros van donde encuentran sistemas de paso. En su búsqueda de sentido, de experiencias, van a buscar gestos en los que sea rápido entrar y fácil salir. Privilegian los que en vez de acopiar el movimiento lo generan. Les gusta cualquier espacio que genere una aceleración. No se mueven en dirección a una meta, porque la meta es el movimiento” (Baricco 2011: 115).

Esta idea del sentido inmanente (como me gusta llamarlo), inmanente a las experiencias, y secuencias de experiencias que trazan un dibujo entre la vorágine de lo factible, cambia tam-

bién todo aquello que pensamos del saber y el entendimiento. Nuevas competencias se ponen de relieve cuando hablamos de las nuevas tecnologías, combinando lo visual y lo táctil, lo orgánico, y se nos aparece ante los ojos el llamado *multitasking*.

Los bárbaros tienen branquias detrás de las orejas, y han decidido vivir bajo el agua. Puesto que no se trata de una guerra de posiciones en el mapa, se trata de una transfiguración, de sumergirse allí donde los pulmones ya no sirven. El medio es ámbito y ecosistema. El medio es el mensaje. Y los dispositivos conformados por los medios afectan a los sujetos en su pasaje por ellos, generando nuevas subjetividades. *"El sentido nómada que sustituye al sentido sedentario"* (Baricco 2011: 193).

Consideraciones finales y una curiosa coincidencia

Hay un último punto que me gustaría tocar respecto a qué hacer, cómo controlar, enfrentar este cuerpo a cuerpo con los dispositivos, con las tecnologías, en el pasaje por los medios. Es cierto, como dice Agamben, que hoy no hay un solo momento en la vida de un individuo que no esté afectado o controlado por algún dispositivo: "... mediante los dispositivos, el hombre trata de hacer girar en el vacío los comportamientos animales que se han separado de él y de gozar así de lo Abierto como tal, del ente en cuanto a ente. A raíz de cada dispositivo está, entonces, un deseo de felicidad. Y la captura y la subjetivación de este deseo en una esfera separada constituye la potencia específica del dispositivo" (Agamben 2005: 6).

No olvidé, por supuesto, la cuestión del poder. Hablamos al principio de la relación de los dispositivos con el poder. Y como bien advierte el autor, la estrategia a utilizar en el cuerpo a cuerpo con los dispositivos no puede ser simple: "... se trata nada menos que de liberar lo que ha sido capturado y separado por los dispositivos para devolverlo a un posible uso común" (Ibidem). Baricco, por su parte, nos dice que una nueva tecnología viene a romper los privilegios de una casta, haciendo accesible aquello que estaba vedado al uso común. Por más tentador que pueda resultar pensar la continuidad entre los dos enunciados, existe una diferencia importante, pero no insalvable. Baricco ve en la tecnología la posibilidad de una emancipación, una democratización; Agamben, por su parte, ve en la tecnología (y en los dispositivos) una sujeción, una trampa. Por supuesto ambos, como en la mayoría de estos casos, tienen su cuota de razón. Pero no se trata aquí, como puede intuirse, de plantearse entre apocalípticos e integrados, ni de la ingenua solución del uso justo (Agamben op. cit). Debemos pensar que la constante reconfiguración de los mapas, los procesos de asignación y apropiación de sentidos, y la imparable movilidad y circulación de las tramas de poder dejan al descubierto vetas, intersticios en los que los sujetos logran correrse, desatarse, mutan (les

crecen branquias detrás de las orejas) y aunque sea por un momento, se liberan. Son las resistencias locales de las que habla Foucault: no debemos olvidar que a todo poder corresponde una resistencia. Podríamos citar, por ejemplo, el caso de Napster¹ y el fenómeno que inició en el mundo de la música, probablemente imprevisto e inesperado en los primeros años de internet.

Baricco nos habla de los *saqueos*, cuya idea he tratado de explicar. Y aquí llega la curiosa coincidencia: la propuesta de Agamben no es ni más ni menos que la *profanación*. Saqueos y profanación, dos actividades muy comúnmente asociadas a los bárbaros. Y no es casualidad que Agamben tome su definición de profanación de los juristas romanos. Sagradas o religiosas -explica- eran las cosas que eran asignadas a los dioses, y quitadas al libre uso y comercio de los hombres. La violación a esta indisponibilidad era considerada sacrilegio. "*Profano se dice en sentido propio de aquello que, habiendo sido sagrado o religioso, es restituido al uso y a la propiedad de los hombres*". ¿Puede verse la cercanía? Pues aquí llega lo verdaderamente interesante. Este pasaje de lo sagrado a lo profano -dice- puede darse a través de un uso "completamente incongruente de lo sagrado. Se trata del juego" (Agamben 2005: 7).

"Emile Benveniste ha demostrado que el juego no sólo proviene de la esfera de lo sagrado, sino que representa de algún modo su inversión. La potencia del acto sagrado -escribe Benveniste- reside en la conjunción del mito que cuenta la historia y del rito que la reproduce y la pone en escena. El juego rompe esta unidad: como ludus, o juego de acción, deja caer el mito y conserva el ritual; como jocus, o juego de palabras, elimina el rito y deja sobrevivir el mito" (Ibidem).

Puede que esto parezca habérsenos ido de las manos. Pero allí está la propuesta que Agamben nos hace y que intenté acercar para pensar a los usuarios y los juegos de sentido. Se tiene *juego* cuando solamente una mitad de la operación sagrada es consumada. Libera y aparta a la humanidad de la esfera de lo sagrado, pero sin simplemente abolirla.

Es sin dudas una idea inmadura e incompleta. Pero se trata de pensar a los medios como un paisaje distinto, un medio ambiente, en el que la idea misma de experiencia y de sentido se transfiguran, cambiando del punto a la trayectoria. La aparición del sentido nómada, de los usuarios bárbaros que saquean y profanan aquello que estaba en manos de un poder, con o contra una tecnología, creando sus propias secuencias, haciéndolo suyo, mostrándolo inmanente. Es una manera de entender la tan mencionada *apropiación* de los sentidos, y de darle un espacio a los prosumidores del siglo XXI, y dándoles un lugar para su redención y reinención. O cuanto menos, un espacio de resistencia.

1. Napster fue uno de los primeros sitios de intercambio gratuito de música *peer to peer*, que puede verse como uno de los primeros espacios en los que se dio una resistencia masiva de los usuarios a las corporaciones económicas de la industria musical y a las regulaciones de derecho de autor.

Bibliografía

Agamben, G. (12 de 10 de 2005) *¿Qué es un dispositivo?* Obtenido de <http://www.trelew.gov.ar/web/files/LEF/SEM03-Agamben-QueesunDispositivo.pdf>

Baricco, A. (2011) *Los Bárbaros. Ensayo sobre la Mutación*. Barcelona: Anagrama.

Castro, E. (2004) *Vocabulario de Foucault*, Bs As: Prometeo.

Deleuze, G., & Guattari, F. (2006) *Mil Mesetas. Capitalismo y Esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.

Foucault, M. (1968) *Las palabras y las cosas* (2006 ed.). Madrid: Siglo XXI Editores.

McLuhan, M. (1964) *Comprender los medios de comunicacion. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.



“Acá estoy/acá estamos”.

Una aproximación al *mensaje* de Twitter desde Henry Jenkins

Mauro Bertone Crippa

Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario.
Auxiliar de Investigación Proyecto PID-CyTUNR “Mediatizaciones en pantalla”.
bertonema@gmail.com

Resumen

El presente texto retoma, desde una óptica mcluhaniana, algunas hipótesis vertidas por Henry Jenkins en torno a la red social *Twitter* para vincularlas con otros desarrollos teóricos relativos a la conformación de los colectivos de participación política en la actualidad. Asimismo, se sugieren algunas hipótesis acerca del funcionamiento y del relativo éxito de dicha red social en tanto que medio de comunicación destacado en el ámbito de las prácticas de comunicación contemporáneas.

Palabras claves: Mediatización, redes sociales, comunicación, Internet, participación política

Abstract

This text takes, from McLuhan’s perspective, some hypotheses expressed by Henry Jenkins about the *Twitter* social network to link them with other theoretical developments relating to the formation of collective political participation today. It also outlines some hypotheses about the operation and the relative success of the social network as a means of communication efforts in the field of contemporary communication practices.

Key-words: Mediatization, social networks, communication, Internet, political participation

Si la electricidad es el único medio sin mensaje significa que con los sucedáneos efectos de dicho desarrollo tecnológico asistimos a un radical cambio de escala en la manera en que los mensajes son producidos y circulan a través de los medios. La novedad que presenta en este contexto la aparición de las “redes sociales” de Internet las convierte, por su extendido uso en el plano de las prácticas sociales contemporáneas, en medios destacados para el estudio de la comunicación. Particularmente, elegimos el caso de *Twitter*, un medio que ya cuenta con aproximadamente unos 200 millones de usuarios¹ en todo el mundo y que en nuestro país ha sido recibido con cierta repercusión en el interior del sistema mediático, porque creemos que se trata de una red con ciertas particularidades que no casualmente la convierten en un medio con tanta centralidad a la hora de analizar las comunicaciones en la actualidad.

Desde el ámbito de la semiótica, suele afirmarse que nos encontramos en un estadio complejo de la mediatización (Valdettaro 2007). En este contexto, el desarrollo de un meta-medio como Internet (Carlón 2006; Valdettaro 2010) ha potenciado la multiplicación y la diversificación de los espacios para la comunicación. Redes como *Facebook*, *MySpace*, *Twitter* o *YouTube* se han convertido en un verdadero fenómeno social producto de la masiva adopción que han recibido por parte de los usuarios de la Red en casi todo el mundo. A los fines de situar históricamente esta reflexión, es oportuno subrayar una vez más el complejo escenario en el que nos depositan estos nuevos medios en relación con el tradicional sistema de medios masivos. Tomando en consideración este punto, creemos que se trata, valga la redundancia, de medios² que implican prácticas de comunicación masivas en tanto a la *cantidad* de usuarios que participan de estos espacios pero no así en cuanto a la *calidad* que éstas suponen (Scolari 2009).

Desde el punto de vista de la teoría de los sistemas de Luhmann, Valdettaro sostiene que:

“El fin de lo masivo involucraría, entonces, una disolución de los medios en la vida cotidiana. Del *Estado-Nación*, pasando por la propia televisión como interpretante, hasta el «mundo del destinatario» como representante del afuera (Verón 2009: 240) lo que ha sucedido es una mediatización de todas las dimensiones del individuo, con lo cual la individualización de «motivos» propia de la diferenciación sistémica a la que apuntaba Luhmann alcanza su completud” (Valdettaro 2010).

1. Según informa un artículo del sitio BBC News (<http://www.bbc.co.uk/news/business-12889048>) Consulta: 12 de junio.

2. Algunos autores ya los denominan como medios post-masivos (Valdettaro 2010) tomando en consideración la novedad cualitativa que producen al instaurar un “orden emergente” que provoca cambios en todos los niveles del sistema de medios.

Si, como dice Verón entonces, la pantalla de televisión ha pasado a ser un eminente espacio de conversación y la vida cotidiana su principal referente en el ámbito de los medios masivos, el posterior surgimiento de un ámbito como la web 2.0 se presenta como un espacio que brinda a sus participantes toda una serie de recorridos posibles y pone a su disposición un amplio abanico de recursos y procedimientos (Cfr. Cobo Romani y Pardo Kuklinski 2007) que habilitan prácticas como el *remixing* y los procesos de creación colaborativa de nuevas formas (Manovich 2005). En este sentido, la aparición de las “redes sociales”, aún con su complejo estatuto³, ha contribuido a ampliar el campo para el desarrollo de estas prácticas y procedimientos. En el caso de *Twitter*, desde el punto de vista de su interfaz, su principal característica reside en la restricción de 140 caracteres que dicho medio operativamente impone. A su vez, el tipo de consumo *snack* (Pardo Kuklinski 2009) que la misma habilita ha tenido una destacada aceptación, ya que los usuarios disfrutaban más del consumo de pequeñas dosis de información (Ibidem).

Para Jenkins (2009, 2010), *Twitter* es un medio que opera a diferentes escalas, ya sea de acuerdo a la cantidad de seguidores que disponga cada usuario individual (no es lo mismo responder a una mención que escribir un *tweet* que será leído por todos los seguidores) como al tipo de interacción que se mantenga a partir de utilizar los recursos que la interfaz pone a disposición (participar de un *hashtag*, por ejemplo). Si bien cada usuario experimenta este espacio de manera particular (dependiendo de la cantidad de *feeds* a los que suscriba; del tiempo y la frecuencia con la que chequee/actualice su *timeline*; a las interfaces con las que acceda a la red; entre otras variables) queremos detenernos en la mención que hace este autor de la idea de mensaje en sentido McLuhaniano que este medio propone. Para Jenkins, el mensaje de *Twitter* puede resumirse en el siguiente slogan: “*Here it is/ Here I am*” (“Acá está/ Acá estoy”), siendo ‘Acá está’ una de sus funciones (“function”), como un espacio para compartir vínculos con nuestros seguidores y direccionar a otros espacios de la web; y siendo ‘Acá estoy’ su mensaje (“maybe it’s core message”) en sentido McLuhaniano como algo que no puede ser articulado de manera plenamente consciente por el sujeto pero que se impone como “un medio que emerge e impacta a nivel de nuestra experiencia del espacio-tiempo”⁴. Lo cual, extendiendo un poco los alcances de dicha hipótesis -y del mismo modo razona Jenkins- la misma nos lleva a pensar de qué manera este medio afecta nuestra experiencia de participación colectiva (“Here we are”).

3. Citamos nuevamente a Valdetaro cuando sospecha, siguiendo a Latour (2007), del carácter “social” de dichas redes debido a la falta de estabilidad que supondría pensar en términos de “sociedad” respecto de las mismas. Se prefiere adoptar para estos casos el término “asociaciones en red” (Ibidem). No obstante, a los fines expositivos de este trabajo, se las presenta bajo la denominación general “redes sociales”.

4. Traducción del autor de esta ponencia.

Quisiéramos detenernos en este punto, ya que esta idea nos resulta sugestiva para analizar ciertos fenómenos de movilización política en el contexto de la mediatización con el objeto de compartir algunas hipótesis sobre la conformación de los colectivos de participación política en la actualidad. Dice Jenkins sobre el caso de las protestas acaecidas durante un episodio de crisis política en Irán durante el año 2009, cito:

“The power of the tweets from Iran was not simply that they got out messages which the mainstream media could not have delivered to us because of the limits on how they operate under that repressive regime, but it was also that we felt a sense of immediacy because we were receiving those messages from average citizens, like ourselves, who were seeing things happen directly, on the ground (and no doubt a fair number of fake messages fabricated for propaganda purposes, but that's another matter). As many of us turned our icons green as a show of solidarity, we saw the emergence of a larger community that felt linked to these developments” (Jenkins 2009. Cursivas mías)

Como podemos ver a partir de este pasaje de Jenkins, estamos en presencia de un medio que en cuanto a sus condiciones de producción comparte características con las del mensaje de texto (SMS). Se trata de un medio que genera una expectativa de inmediatez propiciada por un breve margen de tiempo que resulta de la diferencia entre el tiempo de producción y el de recepción de los mensajes (estrictamente, el tiempo que tardan los *tweets* en dirigirse hasta los servidores de la red en San Francisco y llegar hasta nuestro *timeline*) con la novedad de que al tratarse de una red internética, se potencia la posibilidad de ampliar nuestros contactos -incluso con usuarios a los que podemos no conocer personalmente- y donde lo que funciona como principal garantía de sostenimiento de dichos vínculos quizás sean aspectos que remiten tanto a las agendas temáticas comunes que se ponen en juego a modo de conversación por parte de los usuarios vinculados entre sí como también a ciertas modalidades enunciativas compartidas entre estos⁵. Dicha idea nos permite ver de qué manera se entretrejen los vínculos a partir de estos espacios y, al mismo tiempo, cómo va tomando forma la idea de “comunidad”, al decir de Jenkins, que se siente ligada de alguna manera a los acontecimientos de la realidad.

Si, como decíamos anteriormente, convenimos en que el mensaje de *Twitter* se vincula con las potencialidades del medio para alterar nuestra percepción del espacio-tiempo, nos parece

5. Dicha conclusión no es más que una hipótesis personal: creemos que la misma se trataría, antes de que de una mera “red temática”, como muchas veces se la suele definir desde el sentido común, de un espacio a partir del cual los contactos se mantienen no sólo por el hecho de tener en común ciertos temas que circulan por dicho espacio sino también debido al hecho de compartir ciertas modalidades retóricas y enunciativas en la producción de estos discursos. A su vez, el hecho de compartir temas, intereses, tópicos de conversación con usuarios con los que también se comparte cierto conjunto de reglas de producción da lugar a la idea de conformación de un grupo profesional (Steimberg 2001) o lectorado (Fischer S. y Verón 1999; Cuesta y Traversa 2000; Verón 1982, 2004).

oportuno tomar un ejemplo cercano en el tiempo -las movilizaciones de “los indignados”, tal como se los ha llamado, en España, de cara a las últimas elecciones municipales en ese país- para poner a prueba dicha hipótesis. Nos interesa señalar particularmente una característica de este suceso, la paradoja de la continuidad del movimiento (tal como ha sido reseñada por algunos observadores del fenómeno⁶) lograda a partir del mecanismo de entrar y salir del espacio físico de la protesta, pero siempre manteniendo un contacto ininterrumpido gracias a las redes:

“Estoy en Sol aunque esté en mi casa. Estoy en Sol porque sigo hablando de ello, porque no puedo concentrarme en el trabajo, porque no se me va de la cabeza. Y en cuanto puedo, salto hacia allí. Corro hacia allí, me inserto de nuevo en ese «conector social» y así otros pueden ir a descansar” (madrilonia.org, 18/06/2011)

Creemos que este fenómeno experimentado⁷ por los usuarios de *Twitter* se emparenta con la opinión de Jenkins en cuanto a determinar desde un punto de vista mcluhaniano cuál es el mensaje de este medio.

Los dispositivos móviles que soportan el protocolo de Internet y disponen de las interfaces para acceder a estas redes, permiten un contacto permanente con los sucesos reales e incluso habilitan la posibilidad de relatar *en directo* los acontecimientos desde el mismo lugar donde los hechos están sucediendo. En este sentido, puede decirse que no encontramos grandes diferencias con una tecnología como el SMS; la especificidad de *Twitter* estaría entonces dada más bien por este sentido de pertenencia a una comunidad más amplia que la de nuestra red de contactos telefónicos (o físicos) y ligada a intereses o temas comunes por el poder de la conversación. *Twitter* se convirtió, de esta manera, en el medio por excelencia para garantizar la continuidad de la protesta de los manifestantes en Puerta del Sol: etiquetas como #15M, #spanishrevolution o #acampadasol permitían seguir conectados a la protesta desde cualquier lugar de la Red.

Desde un punto de vista político, sin dudas que este tipo de manifestaciones, por su carácter radical en muchos casos, presentan grandes dificultades en cuanto a sus posibilidades de institucionalización. Coincidimos con Valdetaro (2007) cuando sostiene que se trata de fe-

8. Nos referimos al artículo “La red era la Plaza” de Víctor F. Sampedro Blanco y José Manuel Sánchez Duarte, ambos catedráticos de Opinión Pública y Comunicación Política. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. Disponible en: <http://madrilonia.org/?p=2733> (Consulta: 18 de junio) Guillermo Kaejane también ha observado esta particularidad del fenómeno.

7. Situación que introduce el debate en torno al estatuto del campo de estudios de estos nuevos fenómenos ya que, al menos desde el ámbito de la semiótica, la misma presupone una posición de simultaneidad tanto en producción como en reconocimiento por parte de los investigadores.

nómenos intersticiales, episódicos y que pueden ser ubicados, desde la filosofía política, en el orden del *acontecimiento*, respondiendo más bien a lo que Toni Negri (1993) ha llamado “poder constituyente” para referirse a la potencia de un episodio singular que se materializa como un fenómeno de *multitud* irreductible. No obstante, lo que nos interesa señalar en relación con estos sucesos son algunas peculiaridades operativas en cuanto a la conformación de estas multitudes contemporáneas y que, sospechamos, están vinculadas a estas tecnologías interactivas del contacto (Valdettaro 2010), siendo éstas sus condiciones de producción, en el contexto de la mediatización. De cualquier manera, creemos que las redes sociales, más allá de ser espacios que presentan tipos de asociaciones que no pueden definirse estrictamente como sociales (Cfr. Valdettaro 2009), funcionan como espacios que posibilitan la irrupción de ciertas agendas ciudadanas y que otorgan un lugar para el despliegue de imaginarios críticos⁸, habilitando la instalación de temas políticos por parte de los usuarios.

Respecto de esta peculiaridad del medio, la de ser un espacio eminentemente *escrito*, creemos que el mismo **recupera** -ahora en el sentido de las leyes de los medios del propio McLuhan- el poder de la retórica (enumeramos, con hartó provisoriedad: la cita breve, el plagio; el humor, con todas sus implicancias en tanto que relato mediático para apreciar la realidad), **extendiendo** el poder de la conversación, la experiencia del contacto con los otros. Al mismo tiempo que recupera la lógica del comentario de los *blogs*, el medio **revierte** la posibilidad del intercambio argumentativo extenso debido a las limitaciones de la propia interfaz. En cuanto a su uso, creemos que los riesgos son el narcisismo digital, la sobreestimación, un ligero autismo a la hora de intercambiar perspectivas o puntos de vista sobre un tema. Como aspectos que el mismo **vuelve obsoletos**, apuntamos la necesidad del contacto físico para las formas de acción, la desmaterialización del *ágora*; la disolución de las jerarquías.

Quizás en un futuro las redes den paso a otros formatos; después de todo, más allá de los soportes discursivos, lo que permanecerá es el hipertexto, las búsquedas y la filosofía colaborativa (Pardo Kuklinski 2009). Si es cierto que, como se sostiene desde algunos ámbitos, aquellas redes digitales que sobrevivirán en este contexto de incesante actualización serán las más cercanas a las experiencias de los usuarios, creemos que *Twitter*, en base a su mensaje, tiene larga vida entre nosotros.

8. Creemos que la presencia de la letra, es decir de “lo simbólico”, como característica principal de un medio como *Twitter* habilita el despliegue de este tipo de subjetividades.

Bibliografía

Carlón, Mario (2006) *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*, Buenos Aires: La Crujía.

Cobo Romani, Cristóbal y Pardo Kuklinski, Hugo (2007) *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios 'fast-food'* Barcelona/ México DF, GRID, UVic/ Flacso México. Disponible en: <http://www.planetaweb2.net/>

Cuesta, A. y Traversa, O. (1999) "Acerca de tres tipos de posicionamiento comunicacional de los semanarios: el caso de la revistas infantiles", IV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, San Salvador de Jujuy, Argentina.

Fischer, S. y Veron, E. (1986) "Théorie de l'énonciation et discours sociaux", *Enontiation Manières et territoires*, Paris: Ophrys, 1999.

Jenkins, Henry (2009) "The Message of Twitter: "Here It Is" and "Here I Am" Disponible en: http://henryjenkins.org/2009/08/the_message_of_twitter.html

----- (2010) "Perhaps a revolution is not what we need" Disponible en: http://henryjenkins.org/2010/10/perhaps_a_revolution_is_not_wh.html

Latour, Bruno (2007) *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*, Buenos Aires: Siglo XXI.

Manovich, Lev (2005) "Remixing and remixability" Disponible en: <http://imlportfolio.usc.edu/ctcs505/ManovichRemixModular.pdf>

Negri, Antonio (1993) *El Poder Constituyente*. Madrid: Libertarias.

Pardo Kuklinski, Hugo (2009) "El fin de los blogs", en Carlón, M. y Scolari, C. editores, *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Sampedro Blanco y Sánchez Duarte (2011) "La red era la Plaza" Disponible en: <http://madrilonia.org/?p=2733>

Scolari, Carlos (2009) *Reseña de Comunicación y poder*, de Castells, Manuel (2009), Madrid: Alianza. Disponible en: <http://www.box.net/shared/m5qkt6ykb1>

Steimberg, Oscar (2001) "Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico", Buenos Aires: *Signo y seña* 12, Revista del Instituto de Lingüística, F.F. y L., UBA.

Valdettaro, Sandra (2007) "Medios, actualidad y mediatización" en *Medios y Comunicación*, Boletín Nº 123 de la Biblioteca del Congreso de la Nación, Buenos Aires, pp. 51-65.

----- (2009) "Audiencias: de las 'redes sociales' a las 'asociaciones en red' Ponencia presentada en el *Foro Ibermedia*, FIA (Fundación de investigación del audiovisual), Valencia, España.

----- (2010) "Subjetividades y digitalización: bosquejo de un estado de la cuestión", en *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Argentina y Brasil*, Departamento de Ciencias de la comunicación, Escuela de Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y RR. II. Universidad Nacional de Rosario.

Verón, Eliseo (1982) "El espacio de la sospecha" en *Fragmentos de un tejido*, Barcelona: Gedisa, 2004

----- (2009) "El fin de la historia de un mueble", en *El fin de los medios masivos*, Op. Cit. Buenos Aires; La Crujía.



La televisión, ese axolotl

Stefanía Sahakian

Estudiante de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales,
Escuela de Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario
tefisahakian@gmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo es realizar una alegoría entre la televisión y los axolotls, tomando el cuento del escritor argentino, Julio Cortázar, y la noción de narcosis -que usa Marshall McLuhan en su libro *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*- como punto de partida para analizar el entumecimiento y la fascinación que la televisión ha producido en la sociedad.

Palabras claves: Televisión - axolotl - narcosis - fascinación - mutación

Abstract

The objective of this work is to make an allegory between television and the axolotls, from the tale of the Argentinian writer, Julio Cortázar, taking the notion of narcosis -that uses Marshall McLuhan in his book *Understanding media: The extensions of man*- as a starting point to analyze the numb and the fascination that television had produced in society.

Key-words: Television - axolotl -narcosis -fascination - mutation

Introducción

Este trabajo plantea una alegoría entre la televisión y los axolotles del relato de Julio Cortázar, sirviéndome de la noción de *narcosis* que utiliza Marshall McLuhan en *Comprender los medios como extensiones*. Para explicar la experiencia de *entumecimiento* del hombre con sus extensiones, Marshall McLuhan utiliza el mito de Narciso. “El hombre en seguida se siente fascinado por cualquier extensión suya en cualquier material diferente de él” (McLuhan 2009: 67).

El protagonista del cuento cortazariano estaba obsesionado con observar la imagen de los axolotl, sentía la necesidad de mirarlos diariamente, se identificó con algunos rasgos de éstos hasta copiar ciertos gestos e, incluso, asumió que sentía igual que ellos; hasta que finalmente, devino axolotl.

Mi objetivo es describir la mimesis que se produce entre el espectador y el medio televisivo a través de la mirada. La integración del sujeto a otro espacio: el mediático. La identificación que se produce con la realidad mediática a través de la seducción de la mirada. La mediación se vuelve invisible: el hombre deviene axolotl, trasciende la pecera-pantalla.

“Hubo un tiempo en que yo pensaba mucho en los axolotl. (...)Ahora soy un axolotl.”

Julio Cortázar, *Axolotl*.

“Los que los fabrican se volverán como ellos, y todo el que tuviera fe en ellos.”

Salmo 115, citado por M. McLuhan

Hoy en día, a pesar del cada vez más importante rol de las redes sociales en Internet, la televisión sigue manteniendo su lugar hegemónico entre los medios de comunicación del hogar. Con una oferta cada vez más amplia, más táctil, en la programación, que invita a varios de nuestros sentidos a viajar hacia lo exótico -viendo canales internacionales, escuchando otros idiomas, conociendo incluso, a través de algunos programas, la gastronomía de otros países,

para deleitar a nuestro gusto—, el botón del control remoto, sigue siendo el preferido a la hora de elegir cuál pulsar en los hogares.

La aparición de la televisión fue una revolución en varios niveles. Aunque el cine ya le había dado el hábito de vida a fotogramas de hombres y mujeres en las pantallas, la tv posibilitó que cualquier persona pudiese aparecer en ellas. Y además, las pantallas ya no se encontraban en la sacralizada sala de cine, sino en los hogares de los ciudadanos.

El *valor cultural* del que hablaba Walter Benjamin (2007), empezaba a fugarse de este nuevo medio de comunicación: ya no era necesario asistir a un cine, a un espacio cerrado en donde contemplar la obra, en donde rendirle culto. Todos los que tenían acceso económico al aparato podían deleitarse con las imágenes con sólo pulsar un botón en el living de su casa. Incluso, en los comienzos de la comercialización del televisor, los peatones podían frenarse en las vidrieras para mirar aquellas fascinantes pantallas todavía monocromáticas.

A nivel consumo, la televisión como medio de información impuso una forma diferente a la de la radio por ejemplo. “La radio puede servir de fondo o de control de ruidos... La televisión no funciona de fondo. Lo implica a uno. Hay que estar *en ello*” (McLuhan 2009: 356). Cuando McLuhan dice que *hay que estar en ello*, refiere a toda una postura del espectador, a un *modo de estar-mirando-televisión*. El telespectador es integrado en un intercambio simbólico completamente nuevo y diferente a los que estaba acostumbrado. Lo que cambia no es sólo la cantidad de información y la forma en la que es emitida por el televisor, sino el marco de experiencia en el que se encuadra la interacción con el medio.

La forma de estar-mirando-televisión involucra una nueva postura, no sólo física, sino también psíquico-perceptiva. El espectador, entronizado en su sillón, se sienta frente a la pantalla y espera que el medio le dé algo, busca ser satisfecho a través de la interfaz con la máquina.

Tal como sostiene Mario Carlón, la experiencia diferente, inédita que la televisión le ofrece a su usuario a partir de lenguajes como la imagen en directo, es la de “ser testigos mediáticos” de los hechos más importantes que están ocurriendo en su propia historia. Esta posibilidad de conocer los eventos principales que están sucediendo en la actualidad, es una puerta de acceso a la red de conversaciones que se darán durante el transcurso de la cotidianidad del usuario, es una incorporación al sentido social codificado mayormente por los medios de comunicación. Lo interesante es que en la expectación televisiva, esta integración se da a través de la mirada.

El sujeto mira concentrado, cada uno de los movimientos de las figuras que irradia la pantalla inmóvil. Entra en simbiosis con el medio, que lentamente urde una relación de dependencia con el espectador.

A través de la mirada, el hombre penetra, accede a otro espacio, aquel observado por el medio de comunicación, el espacio que la televisión le muestra a través de lo que la cámara mira.

La pecera de los axolotles es como la pantalla de televisión. El telespectador imagina una identificación con lo que observa, en el caso del cuento, con los axolotles, el protagonista enuncia: "...eran ellos los que me devoraban lentamente por los ojos, en un canibalismo de oro. Lejos del acuario, no hacía más que pensar en ellos, era como si me influyeran a distancia" (Cortázar 1995). Podríamos relacionar este verbo de "devorar" con la identificación que se produce entre quien mira y el objeto deseado; existe una necesidad de fagocitar, de consumir aquello que se mira. El telespectador es seducido por aquel reflejo, por esa extensión suya en la pantalla y a partir de la observación, se produce una mimesis con el ambiente que observa, es integrado a un nuevo espacio, el mediático.

Creo que es interesante pensar esta idea de integración a partir de la mimesis y de la narcosis que se produce en la relación tv-espectador. El sujeto es trasladado a un ámbito nuevo, es integrado al "mundo del sentido común", al espacio en donde lo real adquiere sentido, en donde es creado el sentido de la vida cotidiana actualmente: el espacio de los medios de información.

Si es a partir de la tecnología que habitamos en el espacio del sentido común, de la realidad semantizada por los medios, aún cuando la televisión está apagada, la relación con el receptor no desaparece, sólo se vuelve indirecta. Como si del otro lado de la pantalla también hubiese un control remoto que nos encendiera para reproducir, debatir, comentar o actuar según lo que nos ha contado la pantalla. Casi como describía Cortázar a la mirada de los axolotles: "Los ojos de los axolotl no tienen párpados".

La televisión, según McLuhan, es un *medio frío*, que hace que el usuario participe completando la imagen, ya que ésta es de muy baja información: "... la imagen de televisión requiere continuamente que cerremos los espacios de la malla con una participación sensorial altamente convulsiva, profundamente táctil y cinética" (McLuhan 2009: 359). Es un medio que demanda un alto nivel de percepción, que envuelve no sólo la mirada, sino el cuerpo entero.

La pantalla "devora lentamente por los ojos" al espectador. Pero no sólo por los ojos. El sujeto es implicado de manera íntegra. McLuhan define a esta implicación como táctil: "... el tacto es más una interacción entre los sentidos que el resultado de un contacto aislado entre la piel y el objeto" (Ibidem). La tactilidad refiere al nivel de percepción que requiere el medio, al alto grado de involucramiento de varios sentidos a la vez en la recepción.

Axolotl que nos observa y que observamos, "cara a cara" (o cara a interfaz), como hipnotizados por su forma, por su estructura, no sólo por lo que nos dice, sino porque es esa imagen ampliada en la pantalla de nuestra casa lo que nos fascina, esa extensión.

"...un rostro inexpresivo, sin otro rasgo que los ojos, ... carentes de toda vida pero mirando, dejándose penetrar por mi mirada que parecía pasar a través del punto áureo y perderse en un diáfano misterio interior" (Cortázar 1995).

Dejándose penetrar mutuamente, el hombre y el axolotl se miran, cual voyeurs, en una avidez de introducirse en lo más profundo de cada uno, de fusionarse hasta psíquicamente; quizás buscando algún vestigio del aura ya perdida, de los antiguos objetos para contemplar, quizás añorando aquel antiguo nexo espiritual entre la obra y su espectador.

El hombre-axolotl

"Empecé viendo en los axolotl una metamorfosis que no conseguía anular una misteriosa humanidad"

Julio Cortázar, *Axolotl*

El personaje del cuento "Axolotl", al comienzo, se implicó en la relación con los axolotles sólo a través de la mirada. Se encontró con ellos en el acuario por azar y luego de posar sus ojos sobre éstos, no pudo sacarles el pensamiento de encima: *"Me quedé una hora mirándolos y salí, incapaz de otra cosa"* (Cortázar 1995). Había entrado en un estado narcótico, producido por la figura de estos animales, necesitó verlos diariamente, para satisfacer su pulsión a mirarlos.

"Empecé a ir todas las mañanas, a veces de mañana y de tarde" (Ibidem).

La mirada del personaje era mediada: los observaba desde el otro lado de la pecera del acuario. Como si, a través de ese vidrio, su reflejo -quizás ópticamente inconsciente para él- se hubiese confundido con el rostro del axolotl. Quizás por esto comenzó a sentirse en conexión con el animal, porque la imagen del axolotl pegado al vidrio, se fusionaba con el reflejo de su rostro, apoyado del otro lado. *"Desde el primer momento comprendí que estábamos vinculados, que algo infinitamente perdido y distante seguía sin embargo uniéndonos. Me había bastado detenerme aquella mañana ante el cristal"* (Ibidem). Quizás, porque con su mirada inmóvil el axolotl lo constituía de otra manera al personaje ahora perplejo, fascinado por los ojos que encontraba del otro lado. *"Sus ojos, sobre todo, me obsesionaban. ... Los ojos de los axolotl me decían de la presencia de una vida diferente, de otra manera de mirar"* (Ibidem).

Imaginemos los ojos de los hombres y mujeres que vieron por primera vez la televisión. *Narcotizados*, encantados por aquella pantalla que, aunque inmóvil, irradiaba brillantes imágenes que las personas ya conocían de su vida cotidiana, pero que ahora se les "aparecían" de otra forma. Estaban frente a una nueva "manera de mirar" su realidad, una nueva forma de

conocerla. Mirada mediatizada. Pero que hizo que los sujetos se obsesionaran por admirar diariamente la pantalla y ver, a través de ella, “una vida diferente”, la vida que la televisión les mostraba.

Pero el personaje del cuento no sólo se quedó en percibir al axolotl a través de los ojos. Tan extasiado estaba ante la imagen del axolotl, que lo fue idealizando. Poco a poco, comenzó a sentirse identificado con algunos rasgos e incluso a percibir que sentían de forma parecida.

“Y sin embargo estaban cerca. ...Los rasgos antropomórficos de un mono revelan...la distancia que va de ellos a nosotros. La absoluta falta de semejanza de los axolotl con el ser humano me probó que mi reconocimiento era válido, que no me apoyaba en analogías fáciles” (Ibidem).

Posiblemente, a esto se refería Marshall McLuhan cuando sostenía que “el hombre en seguida se siente fascinado por cualquier extensión suya en cualquier material diferente de él” (McLuhan 2009: 67). El protagonista de Cortázar se sentía conectado con alguna característica del axolotl, no una física, quizás sólo una proyección hecha por el personaje sobre la conducta del animal, pero en cuanto a forma, en cuanto a estructura, no eran iguales: el axolotl era de “un material diferente” a él. Sin embargo, había algo que se extendía desde él hasta el animal, y esto lo obsesionaba.

Entonces, no sólo su mirada, sino todo su cuerpo estaba ya implicado en esta relación con el axolotl. Incluso se sorprendía a sí mismo conversando con ellos, “*musitando palabras de consuelo, transmitiendo pueriles esperanzas*” (Cortázar 1995).

McLuhan cita el Salmo 115 y a William Blake para desarrollar la idea de que “nos convertimos en lo que contemplamos” (McLuhan 2009: 71). Aquí parece afirmarse la idea de que el objeto observado constituye al que lo mira. En el caso de la televisión, una mirada constituye a la otra. La mirada del medio sobre la realidad organiza a la mirada del espectador sobre la realidad. A partir de los ojos -ojos táctiles, porque implican al telespectador todo, a una articulación de sus sentidos-, se produce una integración del sujeto en el sistema de medios.

Incluso, como el personaje del relato, comenzamos a comportarnos o a enunciarlos según aquello que vemos en la televisión. Tal como McLuhan señalaba acerca de la actitud de los niños en contacto con la pantalla, quienes sostienen un consecuente contacto con la pantalla de la televisión, adquieren “una capacidad psico-mimética perfecta” (McLuhan 2009: 353). El protagonista de Axolotl, poco a poco empieza a posicionarse en el lugar de los animales para hablar:

“Es que no nos gusta movernos mucho, y el acuario es tan mezquino; apenas avanzamos con la cola o la cabeza de otro de nosotros;...El tiempo se siente menos si nos estamos quietos” (Cortázar 1995).

El que observa se hace capaz de copiar idénticamente los movimientos, gestos y frases de quienes están detrás de la pantalla. Esta actitud puede observarse en el protagonista de la película "Desde el jardín" en la que Peter Sellers interpreta a *Chance*, el jardinero que tenía una dependencia enorme de las imágenes televisivas. El único conocimiento del mundo exterior que *Chance* poseía era el que les enseñaban las pantallas de su casa. Cuando debió relacionarse con otra gente, su avidez de imitar las formas de las figuras que aparecían en la televisión, la ejecutaba también con las personas que conocía en su vida diaria. Imitaba sus saludos, sus posturas, hasta convertir el marco de interacción real en un intercambio comunicativo algo incómodo y sospechoso para quienes dialogaban por primera vez con él.

La televisión invita diariamente a los individuos a ritos que los hechizan, que tienen la magia de hacerles sentir presenciar un acto en directo, pero a través de la pantalla. Sensación somática del alcance y la instantaneidad cada vez mayor de un medio polifónico, que ha atravesado idiomas y fronteras. Todos participamos de este tele-ritual. Gracias a la tv, una protesta social se vuelve imagen, y el consumo de esa imagen se vuelve protesta. El cuerpo se vuelve imagen a partir de esta mimesis tv-receptor.

"Darme cuenta de eso fue en el primer momento como el horror del enterrado vivo que despierta a su destino. ...Yo era un axolotl y sabía ahora instantáneamente que ninguna comprensión era posible" (Ibidem).

El hombre, cada vez más alejado de los ideales modernos, cada vez más dependiente del actual Dios-técnico, del *Gran Hermano* que ha creado él mismo, tras no soportar su orfandad de dioses moderna, se ha enamorado de aquel reflejo suyo que le muestra la forma de su realidad, no deja de mirarse a través de esa pantalla, ha devenido axolotl.

Fascinado por aquella pecera que refleja, a la hora que sea, imágenes deleitantes para sus ojos, ha traspasado el vidrio, vive ahora la Realidad Virtual: "Con lo virtual...la sustitución del mundo es total; lo Virtual es su doble idéntico, su espejismo perfecto, y el problema se resuelve con la aniquilación pura y simple de la sustancia simbólica" (Baudrillard 2008: 11). Ya no hay más símbolo porque el axolotl deja de ser metáfora. El hombre se ha mimetizado, se ha transformado en su reflejo. Su hábitat es ahora lo que ve en la pecera, esa es la realidad en la que cree, la que ve, la que comprende a través de la mediatización. Es la única forma de soportar la realidad en la que vive, "como anti-irritante, la imagen -dice McLuhan- produce un entumecimiento, o choque, que evita el reconocimiento...de uno mismo" (McLuhan 2009: 68). Un alivio técnico para el inminente devenir del hombre.

El sujeto adquiere mediante la observación de la pantalla un bagaje del imaginario social que le permite relacionarse y entrar en las conversaciones que se tejen en la trama comunicativa diaria de la sociedad. El espectador es absorbido por la pecera, se pasea, cual neo-flaneur, a través de la programación televisiva para recolectar los signos que necesita coleccionar para su convivencia urbana.

Lo interesante es ver cómo sólo a través de hábitos perceptuales que van in crescendo, el espectador pasa de un ambiente natural, humano, a otro creado por el medio de comunicación.

Mutación del axolotl

“Todo el mundo percibe, en el ambiente, un apocalipsis inminente; y por todas partes, esta voz que corre: los bárbaros están llegando.”

Alessandro Baricco, *Los bárbaros*.

Pero atención: los axolotles están en plena mutación. Unos nuevos ojos, más amplios, los observan a través de otro vidrio. El contacto cotidiano con esta nueva pecera-pantalla, los incita esta vez a adoptar otra postura, la nueva consigna es *navegar* por la *red* de información que les convida el nuevo medio. Los axolotles están mutando, una nueva especie está invadiendo su ambiente y como ya decía McLuhan, las invasiones son “un período tecnológicamente rico... Es durante estos intensos intercambios híbridos y conflictos de ideas y de formas que se liberan las mayores energías sociales y surgen las mayores tecnologías” (Ibidem: 73).

Poco a poco, la especie en extinción se acostumbra a convivir con los “neo-bárbaros”, que han llegado para quedarse e imponer una nueva forma de percibir y de estar frente a las peceras-pantallas.

Estos helados ojos, que ahora los observan y los implican cada vez más, hablan un lenguaje más universal y más unívoco, los axolotles empiezan a decodificarlo para traducirse en el sistemático 0-1-00-101-01010...sobre el que crean secuencias de sentido únicas y nuevas. Un sentido cada vez menos lineal, una pantalla cada vez más interactiva, cada vez menos voyeur.

Entre el sujeto moderno y la pantalla se construye un fenómeno necesario para la comunicación social cotidiana: la dimensión simbólica. A través de este espacio, el hombre es implicado en la *realidad* que habita, un hábitat cada vez más complejo que necesita de la traducción, de la reducción de esa complejidad que le posibilitan los medios de comunicación.

Modificando un poco la frase que Walter Benjamin toma de Baudelaire para definir al flaneur, podríamos decir que: "La *pantalla* es su dominio, como el aire es el del pájaro, como el agua el del *axolotl*. Su pasión y su profesión es adherirse a la multitud. Para el perfecto paseante, para el observador apasionado, es un inmenso goce el elegir domicilio entre el número, en lo on-deante, en el movimiento, en lo fugitivo y lo infinito..." (Benjamin 2002: 31). Los neo-flaneurs pasean a través de los diferentes canales, su forma de caminar es el zapping. Y buscan nuevas formas de fugarse de la estructura, de incorporarse en las pantallas e interactuar con ellas.-

Bibliografía

BARICCO Alessandro (2008) *Los bárbaros*, Bs As: Anagrama.

BAUDRILLARD Jean (2008) *El pacto de lucidez o la inteligencia del Mal*, Bs As: Amorrortu.

BENJAMIN Walter (2002) "El flaneur" en *Ensayos, Tomo II*, Madrid: Editorial Nacional.

BENJAMIN Walter (2007) "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" en *Conceptos de filosofía de la historia*, Bs As: Terramar.

CARLÓN Mario (2004) *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*, Bs As: La Crujía.

CORTÁZAR Julio (2005) "Axolotl" en *Final del juego*, Bs As: Porrúa.

ECO Umberto, *La estrategia de la ilusión. TV: la transparencia perdida*. (http://www.ddooss.org/articulos/textos/Umberto_Eco.htm)

MCLUHAN Marshall (2009) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Bs As: Paidós.

SCOLARI Carlos, "Hacia la hiper televisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo", *Revista Diálogos de la Comunicación*.

Anexo

“AXOLOTL”, de Julio Cortázar

AXOLOTL

HUBO UN TIEMPO en que yo pensaba mucho en los axolotl. Iba a verlos al acuario del Jardín des Plantes y me quedaba horas mirándolos, observando su inmovilidad, sus oscuros movimientos. Ahora soy un axolotl.

El azar me llevó hasta ellos una mañana de primavera en que París abría su cola de pavo real después de la lenta internada. Bajé por el bulevar de Port Royal, tomé St. Marcel y L'Hôpital, vi los verdes entre tanto gris y me acordé de los leones. Era amigo de los leones y las panteras, pero nunca había entrado en el húmedo y oscuro edificio de los acuarios. Dejé mi bicicleta contra las rejas y fui a ver los tulipanes. Los leones estaban feos y tristes y mi pantera dormía. Opté por los acuarios, soslayé peces vulgares hasta dar inesperadamente con los axolotl. Me quedé una hora mirándolos, y salí incapaz de otra cosa.

En la biblioteca Saint-Geneviève consulté un diccionario y supe que los axolotl son formas larvales, provistas de branquias, de una especie de batracios del género amblistoma. Que eran mexicanos lo sabía ya por ellos mismos, por sus pequeños rostros rosados aztecas y el cartel en lo alto del acuario. Leí que se han encontrado ejemplares en África capaces de vivir en tierra durante los períodos de sequía, y que continúan su vida en el agua al llegar la estación de las lluvias. Encontré su nombre español, ajolote, la mención de que son comestibles y que su aceite se usaba (se diría que no se usa más) como el de hígado de bacalao.

No quise consultar obras especializadas, pero volví al día siguiente al Jardín des Plantes. Empecé a ir todas las mañanas, a veces de mañana y de tarde. El guardián de los acuarios sonreía perplejo al recibir el billete. Me apoyaba en la barra de hierro que bordea los acuarios y me ponía a mirarlos. No hay nada de extraño en esto porque desde un primer momento comprendí que estábamos vinculados, que algo infinitamente perdido y distante seguía sin embargo uniéndonos. Me había bastado detenerme aquella primera mañana ante el cristal donde unas burbujas corrían en el agua. Los axolotl se amontonaban en el mezquino y angosto (sólo yo puedo saber cuán angosto y mezquino) piso de piedra y musgo del acuario. Había nueve ejemplares y la mayoría apoyaba la cabeza contra el cristal, mirando con sus ojos de oro a los que se acercaban. Turbado, casi avergonzado, sentí como una impudicia asomarme a esas figuras silenciosas e inmóviles aglomeradas en el fondo del acuario. Aislé mentalmente una situada a la derecha y algo separada de las otras para estudiarla mejor. Vi un cuerpecito rosado y como translúcido (pensé en las estatuillas chinas de cristal lechoso), semejante a un pequeño lagarto de quince centímetros, terminado en una cola de pez de una

delicadeza extraordinaria, la parte más sensible de nuestro cuerpo. Por el lomo le corría una aleta transparente que se fusionaba con la cola, pero lo que me obsesionó fueron las patas, de una finura sutilísima, acabadas en menudos dedos, en uñas minuciosamente humanas. Y entonces descubrí sus ojos, su cara, dos orificios como cabezas de alfiler, enteramente de un oro transparente carentes de toda vida pero mirando, dejándose penetrar por mi mirada que parecía pasar a través del punto áureo y perderse en un diáfano misterio interior. Un delgadísimo halo negro rodeaba el ojo y los inscribía en la carne rosa, en la piedra rosa de la cabeza vagamente triangular pero con lados curvos e irregulares, que le daban una total semejanza con una estatuilla corroída por el tiempo. La boca estaba disimulada por el plano triangular de la cara, sólo de perfil se adivinaba su tamaño considerable; de frente una fina hendedura rasgaba apenas la piedra sin vida. A ambos lados de la cabeza, donde hubieran debido estar las orejas, le crecían tres ramitas rojas como de coral, una excrecencia vegetal, las branquias spongo. Y era lo único vivo en él, cada diez o quince segundos las ramitas se enderezaban rígidamente y volvían a bajarse. A veces una pata se movía apenas, yo veía los diminutos dedos posándose con suavidad en el musgo. Es que no nos gusta movernos mucho, y el acuario es tan mezquino; apenas avanzamos un poco nos damos con la cola o la cabeza de otro de nosotros; surgen dificultades, peleas, fatiga. El tiempo se siente menos si nos estamos quietos.


Fue su quietud la que me hizo inclinarme fascinado la primera vez que vi a los axolotl. Oscuramente me pareció comprender su voluntad secreta, abolir el espacio y el tiempo con una inmovilidad indiferente. Después supe mejor, la contracción de las branquias, el tanteo de las finas patas en las piedras, la repentina natación (algunos de ellos nadan con la simple ondulación del cuerpo) me probó que eran capaz de evadirse de ese sopor mineral en el que pasaban horas enteras. Sus ojos sobre todo me obsesionaban. Al lado de ellos en los restantes acuarios, diversos peces me mostraban la simple estupidez de sus hermosos ojos semejantes a los nuestros. Los ojos de los axolotl me decían de la presencia de una vida diferente, de otra manera de mirar. Pegando mi cara al vidrio (a veces el guardián tosía inquieto) buscaba ver mejor los diminutos puntos áureos, esa entrada al mundo infinitamente lento y remoto de las criaturas rosadas. Era inútil golpear con el dedo en el cristal, delante de sus caras no se advertía la menor reacción. Los ojos de oro seguían ardiendo con su dulce, terrible luz; seguían mirándome desde una profundidad insondable que me daba vértigo.

Y sin embargo estaban cerca. Lo supe antes de esto, antes de ser un axolotl. Lo supe el día en que me acerqué a ellos por primera vez. Los rasgos antropomórficos de un mono revelan, al revés de lo que cree la mayoría, la distancia que va de ellos a nosotros. La absoluta falta de semejanza de los axolotl con el ser humano me probó que mi reconocimiento era válido, que no me apoyaba en analogías fáciles. Sólo las manecitas... Pero una lagartija tiene también manos así, y en nada se nos parece. Yo creo que era la cabeza de los axolotl, esa forma triangular rosada con los ojitos de oro. Eso miraba y sabía. Eso reclamaba. No eran *animales*.

Parecía fácil, casi obvio, caer en la mitología. Empecé viendo en los axolotl una metamorfosis que no conseguía anular una misteriosa humanidad. Los imaginé conscientes, esclavos de su cuerpo, infinitamente condenados a un silencio abisal, a una reflexión desesperada. Su mirada ciega, el diminuto disco de oro inexpresivo y sin embargo terriblemente lúcido, me penetraba como un mensaje: «Sálvanos, sálvanos». Me sorprendía musitando palabras de consuelo, transmitiendo pueriles esperanzas. Ellos seguían mirándome inmóviles; de pronto las ramillas rosadas de las branquias de enderezaban. En ese instante yo sentía como un dolor sordo; tal vez me veían, captaban mi esfuerzo por penetrar en lo impenetrable de sus vidas. No eran seres humanos, pero en ningún animal había encontrado una relación tan profunda conmigo. Los axolotl eran como testigos de algo, y a veces como horribles jueces. Me sentía innoble frente a ellos, había una pureza tan espantosa en esos ojos transparentes. Eran larvas, pero larva quiere decir máscara y también fantasma. Detrás de esas caras aztecas inexpresivas y sin embargo de una crueldad implacable, ¿qué imagen esperaba su hora?

Les temía. Creo que de no haber sentido la proximidad de otros visitantes y del guardián, no me hubiese atrevido a quedarme solo con ellos. «Usted se los come con los ojos», me decía riendo el guardián, que debía suponerme un poco desequilibrado. No se daba cuenta de que eran ellos los que me devoraban lentamente por los ojos en un canibalismo de oro. Lejos del acuario no hacía más que pensar en ellos, era como si me influyeran a distancia. Llegué a ir todos los días, y de noche los imaginaba inmóviles en la oscuridad, adelantando lentamente una mano que de pronto encontraba la de otro. Acaso sus ojos veían en plena noche, y el día continuaba para ellos indefinidamente. Los ojos de los axolotl no tienen párpados.

Ahora sé que no hubo nada de extraño, que eso tenía que ocurrir. Cada mañana al inclinarme sobre el acuario el reconocimiento era mayor. Sufrían, cada fibra de mi cuerpo alcanzaba ese sufrimiento amordazado, esa tortura rígida en el fondo del agua. Espiaban algo, un remoto señorío aniquilado, un tiempo de libertad en que el mundo había sido de los axolotl. No era posible que una expresión tan terrible que alcanzaba a vencer la inexpresividad forzada de sus rostros de piedra, no portara un mensaje de dolor, la prueba de esa condena eterna, de ese infierno líquido que padecían. Inútilmente quería probarme que mi propia sensibilidad proyectaba en los axolotl una conciencia inexistente. Ellos y yo sabíamos. Por eso no hubo nada de extraño en lo que ocurrió. Mi cara estaba pegada al vidrio del acuario, mis ojos trataban una vez más de penetrar el misterio de esos ojos de oro sin iris y sin pupila. Veía de muy cerca la cara de un axolotl inmóvil junto al vidrio. Sin transición, sin sorpresa, vi mi cara contra el vidrio, en vez del axolotl vi mi cara contra el vidrio, la vi fuera del acuario, la vi del otro lado del vidrio. Entonces mi cara se apartó y yo comprendí. Sólo una cosa era extraña: seguir pensando como antes, saber. Darme cuenta de eso fue en el primer momento como el horror del enterrado vivo que despierta a su destino. Afuera mi cara volvía a acercarse al vidrio, veía mi boca de labios apretados por el esfuerzo de comprender a los axolotl. Yo era un axolotl y sabía ahora instantáneamente que ninguna comprensión era



posible. Él estaba fuera del acuario, su pensamiento era un pensamiento fuera del acuario. Conociéndolo, siendo él mismo, yo era un axolotl y estaba en mi mundo. El horror venía -lo supe en el mismo momento- de creerme prisionero en un cuerpo de axolotl, transmigrado a él con mi pensamiento de hombre, enterrado vivo en un axolotl, condenado a moverme lúcidamente entre criaturas insensibles. Pero aquello cesó cuando una pata vino a rozarme la cara, cuando moviéndome apenas a un lado vi a un axolotl junto a mí que me miraba, y supe que también él sabía, sin comunicación posible pero tan claramente. O yo estaba también en él, o todos nosotros pensábamos como un hombre, incapaces de expresión, limitados al resplandor dorado de nuestros ojos que miraban la cara del hombre pegada al acuario. Él volvió muchas veces, pero viene menos ahora. Pasa semanas sin asomarse. Ayer lo vi, me miró largo rato y se fue bruscamente. Me pareció que no se interesaba tanto por nosotros, que obedecía a una costumbre. Como lo único que hago es pensar, pude pensar mucho en él. Se me ocurre que al principio continuamos comunicados, que él se sentía más que nunca unido al misterio que lo obsesionaba. Pero los puentes están cortados entre él y yo porque lo que era su obsesión es ahora un axolotl, ajeno a su vida de hombre. Creo que al principio yo era capaz de volver en cierto modo a él -ah, sólo en cierto modo-, y mantener alerta su deseo de conocernos mejor. Ahora soy definitivamente un axolotl, y si pienso como un hombre es sólo porque todo axolotl piensa como un hombre dentro de su imagen de piedra rosa. Me parece que de todo esto alcancé a comunicarle algo en los primeros días, cuando yo era todavía él. Y en esta soledad final, a la que él ya no vuelve, me consuela pensar que acaso va a escribir sobre nosotros, creyendo imaginar un cuento va a escribir todo esto sobre los axolotl.

“Televisión para todos”.

YouTube como extensión “participativa y democrática” del espacio público

Pablo Gullino

Universidad Nacional de General Sarmiento
pablogullino@gmail.com

Resumen

Internet ha impregnado nuestros sentidos a punto tal de convertirse en una fundamental herramienta para representar e interpretar nuestros mundos simbólicos en la Era de la Información. Dentro de estas manifestaciones virtuales, este texto se ocupa del popular sitio de intercambio de videos *YouTube: Broadcast Yourself*, para pensar cómo la Red propone nuevas formas de relación con nuestros sentidos y con la sociedad. Se toma como punto de partida el concepto McLuhaniano de “extensión/amputación” para analizar una serie de videos del sitio web pertenecientes a organizaciones que proponen un vínculo con sus públicos, diferente al obtenido por otros medios de comunicación. ¿Qué procesos de hibridación mediática están en juego? ¿Cómo es que lo digital redefine su relación con los medios de creación y difusión? Los canales, ¿habilitan una especie de ágora digital donde la política y el debate tienen lugar? La obra teórica de Marshall McLuhan será útil para reflexionar en torno al marco cognitivo que concierne a las imágenes en movimiento del sitio en un contexto donde se mezclan las esferas de la información, la política y el entretenimiento. Esta ponencia forma parte de mi contribución a la investigación “Arte, tecnología y prácticas sociales: los nuevos límites de los lenguajes audiovisuales” IDH/UNGS, dirigida por Gustavo Aprea.

Palabras claves: YouTube, Televisión, política, memoria, prótesis digitales

Abstract

Internet has permeated our senses to the point of becoming a fundamental tool to represent and interpret our symbolic worlds in the Information Age. Within these virtual events, this text deals with the popular video-sharing site *YouTube: Broadcast Yourself* to think about how the Internet offers new ways of relating to our senses and to society. It takes as its starting point the concept McLuhanian “extension / amputation” to analyze a series of videos from the websites belonging to organizations that propose a link with their audiences, different from that obtained by other means of communication. What processes of hybridization media are at stake? How is it redefines its relationship with digital media creation and distribution? Channels, what kind of agora enable digital where politics and debate take place? The theoretical work of Marshall McLuhan is useful to reflect on the cognitive framework concerning the moving images of the site in a context where they mix the fields of information, politics and entertainment. This paper is part of my research contribution “Art, technology and social practices: the new boundaries of audiovisual languages” HDI / UNGS, directed by Gustavo Aprea.

Key-words: YouTube, Television, politics, memory, digital prostheses

Introducción

Youtube: Broadcast Yourself es, desde hace unos años, el sitio líder en la reproducción de videos en línea en la modalidad *on demand*. A través del sitio, miles de personas (re)producen el contenido almacenado en el ciberespacio. Desde su nombre, YouTube ("Tu tele") propone una relación explícita con la TV tradicional. La evolución hacia un medio 100% customizable. La primer parte del enunciado promete un nuevo dispositivo, una tele que, gracias a las tecnologías de la información y la comunicación, finalmente *es tuya*. Sólo el receptor puede elegir que ver. El sitio es un espacio en blanco que debe ser llenado por sus usuarios. Por eso, *Broadcast Yourself* es la toma de posesión del medio de comunicación de la manera en la que cada *yourself* lo desee.

Marshall McLuhan es un referente ineludible al momento de entender la relación perceptual entre el hombre y las tecnologías de la información y la comunicación. Como tecnologías del conocimiento, podemos pensarlas como "prótesis digitales", es decir, como una suerte de extensión de las facultades intelectuales en distintas actividades cognitivas, entre ellas el aprendizaje sobre acontecimientos históricos. Las prótesis nos permiten potenciar ciertas facultades, en este caso se trata de las funciones de memoria (como acumulación de información) y en los modos de transmisión y transferencia. McLuhan considera que hemos creado los instrumentos, las herramientas, como extensiones del cuerpo humano. Lo altamente significativo, que el autor acertadamente sugiere, es que si hasta ahora los artefactos que incorporábamos a nuestra vida venían a ampliar las piernas, los brazos y otras partes de nuestro cuerpo, los medios de comunicación son instrumentos que actúan como extensiones de nuestro cerebro y de los órganos de la sensibilidad, y éste sería, según su criterio, un fenómeno nuevo y revolucionario

Para comenzar, planteo mi hipótesis: **las tecnologías de comunicación dominantes en la época actual impactan fuertemente en el entramado social, en la forma en la cual los ciudadanos se informan, generan un conocimiento acerca de algún acontecimiento en particular.** La revolución tecnológica que supone Internet ha producido un nuevo espacio de realidad (virtual) que va cobrando una importancia progresiva en la vida de los sujetos y en la configuración de los espacios sociales. YouTube es uno de estos espacios, uno privilegiado, donde las tensiones entre el entusiasmo que generan las posibilidades libertarias del medio en cuanto a transmisión de contenidos y los mensajes que efectivamente vehiculizan algunos de sus videos forman parte de los objetivos de este trabajo. Existen numerosos trabajos y estadísticas que dan cuenta de los millones de videos que son subidos a partir de su emisión original en programas de televisión. Así es que nos encontramos con toda una constelación de videos musicales, películas, series y shows televisivos. Todos estos fragmentos pueden ser pensados como la extensión de la TV, como un soporte de la memoria audiovisual donde volver a ver todo aquel entretenimiento que en la tele es pasajero o se encuentra atrapado

bajo la dictadura de las grillas de programación. El sitio está diagramado para una inmersión instantánea en la enorme variedad de videos que conforman la biblioteca de YouTube. Desde la misma *homepage* se ofrecen veinte videos con capturas de pantalla y una descripción de cada uno de ellos. Estos veinte videos van modificándose a medida que utilizamos el buscador interno del sitio y las sugerencias se van acomodando a las palabras claves utilizadas en nuestras búsquedas previas. Según la propia definición del sitio: "Cualquiera puede ver y compartir videos originales en todo el mundo a través de la Web". YouTube permite subir y compartir video clips mediante Internet, sitios Web, dispositivos móviles (teléfonos, palms), e-mail y blogs. El sitio ofrece "poder ver acontecimientos y eventos actuales, encontrar videos sobre hobbies e intereses personales, así como descubrir lo inusual. En la medida en que la gente capture momentos especiales en video, YouTube podrá convertir a los usuarios en los 'emisores' del mañana". Esta estructura de navegación me llevó a encontrarme con los videos de diversas organizaciones que proponen una revisión del pasado reciente. Concretamente, de los acontecimientos políticos de los convulsionados años anteriores al golpe militar de 1976.

Fueron ellos. Construcción de mundos simbólicos

"(...)conciene pues a la problemática de los efectos de sentido de los discursos (...) y no puede ser estudiado sino en otro discurso que son sus efectos (...)", (entendiéndolo como el resultado de un proceso infinito en la producción de sentido), en donde el mensaje, será el punto clave de las significaciones sociales que está estrechamente ligado a lo ideológico: "designa una dimensión de todo discurso, de toda producción de sentido circulante en una sociedad"(...) (Verón 1979).

McLuhan traza una diferencia entre los diferentes medios según la posibilidad de participación que ofrecen. La televisión vendría a ser un medio frío. Esto es, pobre en información -de baja definición y, por ello mismo, rica en participación. Esto quiere decir que el receptor tiene que poner mucho de su parte si quiere entender el mensaje. Requiere de la manipulación de botones o comandos como el control remoto. El acceso al medio televisivo reclama siempre una fuerte dosis de participación y algo similar ocurre en YouTube. Dice Marshall McLuhan: la televisión es una prolongación del sentido del tacto. Esta afirmación puede sorprender, pero pensemos en la participación que reclama ir más allá del sentido de la vista. El medio es una extensión. El intelectual canadiense afirma que el ser humano se extiende, construye servomecanismos a su servicio. *"Situando nuestros cuerpos físicos en el centro de nuestros sis-*

temas nerviosos ampliados con la ayuda de los medios electrónicos, iniciamos una dinámica por la cual todas las categorías anteriores, que son meras extensiones de nuestro cuerpo, incluidas las ciudades, podrán traducirse en sistemas de información” (McLuhan 1964). Acercándonos un poco más al objeto de estudio, incorporo algunos conceptos claves de la teoría de la semiosis social, cuando sostiene que toda producción de sentido es necesariamente social, y, por lo tanto, todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido para analizar una serie de videos pertenecientes a usuarios particulares o a organizaciones que permiten la irrupción de un relato con pretensiones históricas, presentando la interpretación de los organismos defensores de la última dictadura militar. Esta irrupción en el acontecer democrático del país surgiría como respuesta al clima de tensión social impuesto por el terrorismo guerrillero. Se planteó cada video relevado como una situación social particular, donde se establecen condensaciones de sentido. Stuart Hall identifica los circuitos de circulación y difusión de los mensajes, comprendiendo que la circulación es un momento del proceso de creación, donde también se producen mensajes; este momento de circulación, en YouTube, es perpetuo. Cada video contiene a potenciales narrativas, situaciones de consenso y de conflicto que fluctúan libremente con cada nuevo usuario que llega a la pieza audiovisual. Claramente, el sitio genera las expectativas de uso de la web 2.0, nombre que comercialmente adopta la orientación actual de las herramientas digitales participativas, donde los otrora sujetos receptores de los medios tienen ahora la posibilidad de producir contenidos propios, generando una manera diferente de comunicarse con otros en las sociedades occidentales, reconfigurando el mapa de medios de comunicación y sus lógicas de producción por completo. La problemática que se plantea en torno al acceso, uso y apropiación de Internet. Por lo tanto, la identificación de las estructuras significativas -en la propuesta discursiva tanto de los productores como de los receptores que dejan sus comentarios en el sitio- contribuirá a identificar las regularidades presentes en la difusión del mensaje con pretensiones de verdad histórica que vehiculizan estos grupos.

Los videos. El espejo de Dorian Gray

En los últimos años nuestro país ha sido testigo de los avances realizados para juzgar a los responsables del Proceso de Reorganización Nacional, acusados de cientos de delitos dentro de los que podemos enumerar el secuestro y la privación ilegítima de la libertad, torturas, robo de recién nacidos y posterior suplantación de identidad. En correlativa a estas políticas de Estado ha surgido también una renovada línea de organizaciones de familiares cercanos a aquellos partícipes en la represión ilegal de la dictadura militar del periodo 1976-1983 que reivindican el accionar de las fuerzas de seguridad. Algunos de sus argumentos no son no-

vedosos, simplemente reactualizan la "teoría de los dos demonios, en su interpretación más básica: el país estaba sumido en un clima de extrema violencia provocado por organizaciones armadas cuyo objetivo era empujar a la Argentina a un sistema comunista similar al de Cuba. Para enfrentarlos, el aparato estatal y sus fuerzas represivas se embarcaron en una guerra de características no tradicionales donde se cometieron algunos "excesos" justificados en pos de un bien mayor: salvar al país de las garras del comunismo. Pero también encontramos varios elementos novedosos. Un momento bisagra en las estrategias comunicacionales de estas agrupaciones ocurrió durante el año 2008, cuando el canal de noticias C5N realizó una serie de programas especiales cuyo eje fue la narración, por parte de sus familiares directos, de aquellos ciudadanos asesinados por organizaciones armadas como ERP Y Montoneros. El primero fue el caso de Maby Picón, viuda del capitán Humberto Viola, quien fue asesinado por el ERP en 1974. El especial fue transmitido en septiembre de 2008. Durante el mismo mes, el canal emitió "Operación Traviata" y, en noviembre de ese mismo año, vieron la luz los dos especiales titulados "La Otra Historia - Víctimas Del Terrorismo". Todos estos programas, pero fundamentalmente este último, lograron una importante repercusión en Internet. Fue muy comentado en páginas web con público preponderantemente adolescente, tal fue el caso de Taringa (taringa.net) En todos estos casos, desde la producción de las piezas se evidencia una clara intención de incluir en el debate sobre el pasado reciente el rol de las agrupaciones armadas y de redefinir el papel de las fuerzas armadas, adoptando estrategias discursivas desde el dolor de los familiares. El intento es desplazar la palabra desde los propios acusados hacia una expresión directa de la voz de los familiares de los "muertos por la subversión". En C5N todo es tratado desde lo emotivo. Hay un énfasis especial y dominante en otorgar espacio a los familiares para que narren cómo era "como persona" el asesinado. Se habilita así una pintura de detalles de la vida cotidiana y familiar, inhabilitando así todo tipo de argumentación histórica sobre la época. Frente al dolor del familiar perdido, al televidente sólo se le permite sentir empatía por aquellos que perdieron un padre, un hijo, un esposo. El conductor del ciclo, el periodista Daniel Klipphan, incita, a partir de sus preguntas, a la emoción, al golpe de efecto que significa ver el sufrimiento, las lágrimas del entrevistado. Estos grupos de familiares encuentran en el relato de los crímenes de las organizaciones guerrilleras un espacio desde el cual posicionarlas como protagonistas de una época difícil de la cual la sociedad ha sido víctima. Aun peor, la historia ha sido tergiversada por los mismos terroristas que fueron combatidos en el pasado y que ahora ocupan cargos políticos dentro de la administración estatal.

Es importante dar cuenta que, este *medio frío*, que promueva la participación y el descubrimiento de piezas audiovisuales mediante la navegación, se realiza de una manera particular. Dentro de las posibilidades que ofrece YouTube hay dos momentos de interacción fuertes. La pre-producción; captura, edición y puesta en disponibilidad del video en el sitio. Y, en segundo lugar, la contemplación del video por otros usuarios. Los comentarios sobre sucesos tan polémicos realmente son escasos en relación a la cantidad de veces que el video es visitado.

A continuación, esbozaré brevemente los elementos más significativos de los videos relevados.

1. Operación Traviata¹: 3.709 reproducciones. 10 comentarios

El tono melodramático del fragmento de la entrevista televisiva realizada a la hija de José Ignacio Rucci incluye la presencia del pequeño nieto del sindicalista asesinado. En el caso de este video es interesante ver cómo las emisiones del canal de cable, C5N actúan como referentes de la reivindicación de un tipo particular de memoria histórica. La entrevista es emitida sin alteraciones apreciables de ningún tipo por parte del usuario que la sube al sitio. El objetivo en este video, es mantener disponible la emisión televisiva, a contramano de las limitaciones que tiene la TV, ahora es posible volver a ver estos relatos.

2. La viuda de Viola²: 4.620 reproducciones. 19 comentarios.

Se destaca la crítica feroz a los organismos de derechos humanos. Se privilegia la emisión televisiva de este tipo de documentos para que se sepa “la verdadera” historia. Se marca una continuidad entre las organizaciones guerrilleras y los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner. Los usuarios que realizan comentarios tienen, en sus canales propios, videos que aluden directamente a una defensa del nacionalsocialismo alemán³ y a la última dictadura militar argentina

3. Clotildo Barrios, así mataban los Montoneros⁴. 13.878 reproducciones. 52 comentarios

Con toda crudeza, un padre relata con la voz entrecortada la muerte violenta de uno de sus hijos y la imposibilidad de superar el dolor por su pérdida. El autor de este video pertenece a la organización Justicia y Concordia, integrado por *Esposas, hijos y abogados de militares presos en Argentina*. Muchos de los perfiles de los usuarios del sitio que realizan comentarios parecen estar armados por adolescentes, que vinculan comentarios políticos con gustos musicales. Así, en sus canales nos podemos encontrar que la misma persona que sube al sitio videos de la banda norteamericana Nirvana realiza comentarios como el siguiente: “... no, a mi no me lavaron la cabeza como los chicos de hoy que les dicen que los milicos eran malos y los zurdos los buenos, yo tengo 100tos de pruebas de que los zurdos son peores que los militares, y yo no soy un cheto de barrio norte”.

1. http://www.youtube.com/watch?v=_q_W2wjJrWI

2. http://www.youtube.com/watch?v=_G7YrBF9mXY

3. <http://www.youtube.com/user/EmperadorSlorck> y <http://www.youtube.com/user/riverplate33>

4. <http://www.youtube.com/watch?v=xMGehuAvMtQ>

4. Comunismo - Terrorismo de Estado Pt02⁵. 1.019 reproducciones. 8 comentarios.

Al igual que en otras piezas, se evidencia la defensa del Terrorismo de Estado a partir de la muerte de civiles adjudicadas a las organizaciones armadas. Muchas de estas muertes pertenecen a los años previos al golpe militar de 1976. El autor de la pieza comunicacional es un férreo defensor de la dictadura. Su canal se llama *Juventud Nacionalista!* Los delitos que le adjudica a las organizaciones armadas son curiosamente los mismos por los cuales están siendo juzgados los militares. Algunas citas: "David Kraiserbuld, se presume muerto, pero podría haber sido apropiado y su identidad falseada por terroristas" "el chico estaba comiendo un helado cuando fue baleado" "más de 21.600 hechos terroristas que dejaron miles de víctimas"

5. Miguel Ángel Castrofini - La historia de una víctima del terrorismo de Argentina⁶. 30.004 reproducciones. 7 comentarios

La esposa de Miguel Castrofini cuenta en primera persona como perdió a su marido el 8 de marzo de 1974 y realiza un reclamo de justicia actual. El video pertenece al Centro de Estudios Legales sobre las Víctimas del Terrorismo. Hoy estoy aquí, a 35 años de su muerte, soñando con la justicia que no llega. Nuevamente, el dolor por la pérdida de un ser querido domina la escena argumentativa y el reclamo de justicia que se pide extensivo a todas las víctimas de la violencia armada terrorista. *Todos estos familiares deberían hacer marchas pidiendo justicia también.*

Desde una aproximación teórica se puede percibir en el corpus analizado aquello que Eliseo Verón llama el "efecto ideológico" presente en todo tipo de discurso. El material que se exhibe es preponderantemente el de una situación de entrevista o material fotográfico de archivo. La presencia del familiar en pantalla acorta la distancia enunciativa con sus posibles espectadores a través de un relato pasional de la ausencia de un ser querido donde la garantía de un relato verosímil está fundamentado en la mirada y en el tono de voz del sujeto que narra sus vivencias. Evidentemente, la pretensión interpretativa de los videos se reduce a un comentario de sentido común más o menos compartido. Al fin y al cabo, es difícil en 2011 convalidar la acción armada guerrillera. Lo importante aquí es la capacidad para construir información -es decir organizar datos y hechos del mundo- que se potencia con el uso de la tecnología y la naturalización dentro del marco del discurso del dolor por la desaparición física de los seres queridos.

5. <http://www.youtube.com/watch?v=gZt-HlymLMY>

6. <http://www.youtube.com/watch?v=dKLvVFZeTKg&feature=fvsr>

El historiador Hayden White nos advierte acerca de que los relatos surgen a partir de un esfuerzo por traducir nuestras experiencias del mundo en estructuras de significación, por describir lingüísticamente nuestras experiencias. Plantea que la pregunta que debemos hacernos es sobre qué “tipo de noción de realidad autoriza la construcción de una descripción narrativa de la realidad”. Para el autor, este tipo de narraciones no son tan sólo “modelos de acontecimientos pasados”, sino también “enunciados metafóricos” por medio de los cuales se construye una semejanza entre los acontecimientos y los tipos de relatos que se utilizan para dotar de significado a los acontecimientos de nuestras vidas. En los videos analizados hay una igualación de diferentes asesinatos, llevados a cabo presumiblemente por organizaciones armadas diferentes y que, sin embargo, forman parte de una misma historia. Los muertos son, generalmente, víctimas casuales de ataques terroristas. En todos los relatos se excluyen los objetivos políticos que tenían para las organizaciones armadas realizar secuestros extorsivos. O qué organizaciones son responsables de realizar cada acto terrorista que se les imputa. No abundan los nombres propios y las generalidades están a la orden del día. Como afirma White, las interpretaciones de los eventos están determinadas tanto por lo que se incluye como por aquello que se excluye y es por esto que la narración histórica no “reproduce los acontecimientos que describe”, sino que sugiere un patrón para interpretarlos. El subtítulo de esta sección está relacionado con una hipótesis de trabajo que puedo empezar a esbozar a partir de esta primera mirada exploratoria sobre la actividad de estas organizaciones. Como si se tratase de un espejo, pero de signo contrario, AFAVITA, AFYAPPA y las otras instituciones de familiares de militares procesados por la justicia adoptan estrategias discursivas y políticas propias de las organizaciones defensoras de los derechos humanos. Si el CELS fue históricamente un bastión en la lucha por vías judiciales contra la dictadura militar, estos sectores de la sociedad, en democracia conforman el CELTYV. El reclamo de verdad y justicia es transmutado para estas organizaciones en *justicia para todos* y en *verdad histórica*. El terrorismo de estado es simplemente terrorismo o terrorismo montonero equiparando los crímenes de la guerrilla con los crímenes cometidos por el Estado durante los años 1976 y 1983.

La legislación internacional indica que de ningún modo se pueden equiparar los crímenes cometidos por civiles y los cometidos por el Estado. Sin embargo, es notorio el trabajo que realizan estos organismos que combaten la “Memoria hemipléjica”, rescatando un bagaje de discursos autoritarios que creíamos sepultados y se encuentran presentes en YouTube.

A modo de cierre

La incorporación de perspectivas de análisis de los discursos nos permitirá dotar de significados específicos para poder actualizar conceptos en apariencia inocuos como “aldea global”. La extensión planetaria de los sistemas de comunicación, debe ser analizada a partir de sus manifestaciones tangibles. En nuestro caso, la extensión de la memoria del hombre a través de los medios, no sólo ha modificado las capacidades de rememoración audiovisual de los seres humanos, sino que también abre la puerta a una puja por la interpretación del pasado para entender el presente. Para estas organizaciones, YouTube es un espacio para difundir sus ideas. Aunque su verdadera visibilidad en el espacio público y su peso político en nuestros días es, afortunadamente, casi nulo, no podemos dejar de lado el hecho de que Internet es una fuente de información muy valorada por las nuevas generaciones. Aquellos adolescentes con inquietudes sobre la historia argentina reciente, o los estudiantes de escuela secundaria que realizan algún trabajo para sus asignaturas, pueden toparse con esta información que reactualiza una visión simplificadora de la historia, con “demonios” terroristas enfrentados a militares “defensores de la Patria”. Los comentarios que otros usuarios realizan sobre los mismos nos otorgan un acercamiento a las interpretaciones que existen sobre la pieza audiovisual. Y, como pudimos ver, varios de ellos son inquietantes.

Internet representa una ruptura con medios anteriores, con el carácter netamente centralizado de los flujos de información previos, donde la tecnología debe ser entendida como una relación social, o como su mediadora. Por eso, la propuesta es incorporar a todo análisis sobre el nuevo ecosistema de medios, una perspectiva política e ideológica.

Bibliografía

Apra, G. Calello, T; Quintar, A (2007) *Los usos de las TICs: una mirada multidimensional*. Buenos Aires: Prometeo - Universidad Nacional de General Sarmiento, (1ra edición).

Lozano, J (1994) *El discurso histórico*. Madrid: Alianza (1ra edición)

Machado, A. (2000) "El advenimiento de los medios interactivos". Disponible en: <http://nolineal.org/dibujo/Articulos/ArlinoMachado.pdf>

Manovich, L. (2008) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Bs As: Paidós.

Mc Luhan, M. *La galaxia Gutenberg* (1962), Barcelona: Círculo de Lectores.

Mc Luhan, M (1964) *Comprender los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

Stuart H, "Codificar/Decodificar"(2003) en *Culture, Media, Language* Hall, S. Hobson, D. Lowe, A. and Willis, P. (eds.), London: Hutchinson, 1980. Versión reeditada de "Encoding and decoding in televisión discourse", documento mimeografiado no. 7 del Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1973. Traducción de Jorge Abeledo, Licenciatura en Comunicación (IDH/UNGS)

Verón, E. (1993) *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona: Gedisa (1ra edición).

Verón, E. (1997) *Semiosis de lo ideológico y del poder: la mediatización*. Bs. As: UBA. Oficinas de Publicaciones del CBC. (2da edición).



La Percepción Haiku.

La sala de cine es un lugar de lectura: El enunciado como fotograma

Matías Bó

Estudiante de Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario.
matibo88@hotmail.com

Resumen

Este ensayo se propone mostrar que el espectador tanto como el lector se encuentran en una misma sintonía de lectura y de visión. El lector es el espectador y viceversa. Ambos leen y ven, pero lo hacen mediante un método de percepción inconsciente fotográfico-lingüístico que se justifica con la técnica *Haiku*. Mediante la articulación del texto de Marshall McLuhan (*Comprender los Medios de Comunicación: Las extensiones del ser humano*), el texto de Jean Luc Nancy (*La Evidencia del Filme*) y la obra cinematográfica de Abbas Kiarostami, este texto buscará intensificar el papel del receptor de la obra y el lugar en el que éste se encuentra una vez que es partícipe de dicha recepción.

Palabras claves: Percepción Haiku - Espectador/Lector
- Enunciado/Fotograma

Abstract

The aim of this essay is to show that spectators and readers are at the same level as regards reading and vision. The reader is both: spectator and vice-versa. The two of them read and see, but they do it through an unconscious photographic-linguistic method of perception based on the *Haiku* technique. By articulating Marshall McLuhan's text (*Understanding Media: The extensions of Man*), Jean Luc Nancy's work on Kiarostami (*The evidence of the film*) and Abbas Kiarostami's cinematographic work, this essay will seek to intensify the receptor's place in the work of art.

Key-words: Haiku perception - Spectator/Reader -
Enunciation/Still

“La imagen es el narrador. La narración se crea a través del espectador”
(Abbas Kiarostami)

“Aprender a ver las fotografías o el cine del mismo modo que tenemos que aprender a leer”
(Marshall McLuhan)

“La mirada es la entrada en un espacio, es una penetración antes de ser una consideración o una contemplación”
(Jean-Luc Nancy)

Jacques Derrida sostiene que, dentro de un texto, un enunciado es la re interpretación de previos enunciados. Es decir que la existencia de dicho enunciado es justificada por la presencia de enunciados que existen antes que éste. Del mismo modo trabaja un film: un fotograma existe por la presencia de un fotograma anterior. Por eso el enunciado funciona como un fotograma.

A partir de este preámbulo analizo a la sala de cine como un lugar de lectura, donde el espectador no es sólo espectador, sino que también es lector. La sala de cine es un espacio de transformación porque cuando leemos o vemos, emprendemos un viaje a lo desconocido de nuestra imaginación, a lugares donde somos conducidos gracias a esas palabras e imágenes.

El espectador-lector se encuentra en un lugar de “entridad”. Se halla entre dos realidades distintas: una es la del film o el libro; y la otra es la realidad plástica, física y táctil de la mundanidad humana. En este caso, el sentarse en cualquier lugar a leer se convierte en un espacio de transformación: hay un campo de energía espectral entre los ojos del espectador-lector y la obra en sí misma. Y del mismo modo ocurre en la sala de cine. Se trata de un viaje constante de la lectura y del ver. Esta “entridad” o campo espectral funciona como transformación, porque allí no sólo es donde nosotros ingresamos y formamos parte de la obra, sino también donde la contemplamos. Éste es el lugar donde se ve, se lee y se siente. Y al ver, leer y sentir, nuestro cuerpo sufre transformaciones.

En el cine, este efecto comienza cuando el film -que fue una vez guión- es proyectado en la pantalla. En la sala de cine el ser es un fantasma. Hay una tormenta de espectros volando en el momento en que el film es accionado. Van y vuelven entre la pantalla y las butacas y nosotros. La sala de cine funciona como una caja de Pandora que cobra vida, furor y magia, cuando el proyector comienza a dar luz a la película. Y termina cuando todos los fantasmas se adentran en la pantalla, dejando, así, en silencio a la sala. Ese es el momento en que el proyector concluye con su accionar filmico.

Tanto el lector como el espectador (los dos entendidos como *receptor*) perciben en Haiku. ¿Qué es percibir en Haiku? Percibir y captar un momento de la realidad fílmica o literaria. Un momento de dicha naturaleza. El espectador es un lector. Lee el film en lenguaje de Haiku. Estos bloques de movimiento-duración (en el sentido deleuziano) se perciben como pequeños haikus. Son fotogramas de una realidad cinematográfica, distintos flashes que se reflejan en la pantalla y nos muestran diferentes brevedades fílmicas.

“El haiku en su brevedad expresiva es enteramente imagen, impacto de un momento sentido en profundidad” (Rodríguez 2006).

El haiku constituye justamente la impresión de una imagen que despierta emociones y sentimientos. Expresa una visión fugaz sobre algún aspecto de la realidad (en este caso cinematográfica o literaria). El punto es captar la instantaneidad. El momento que sorprende, como si fuese una foto. La revelación o epifanía -que es esa sorpresa-, como experiencia recién vivida, para los orientales, se denomina *Satori*.

Respecto a esta sensación de sorpresa -el *Satori*-, se puede decir que una obra literaria y fílmica se encuentra llena de ellas. De hecho es una conjunción constante de estas revelaciones dentro del espectador y el lector, con la diferencia de que éste no se da cuenta de cada una de ellas. Es decir, el espectador naturaliza esta forma de percepción al igual que su experiencia recién vivida por cada uno de estos haikus habitados en él. Al final de cada obra, dependiendo de la manera en que ésta se haya implicado en el receptor, toda esa conjunción de experiencias y sensaciones se amplificarán o disminuirán.

“En 1991, Henri Bergson causó sensación con Creative Evolution asociando el proceso mental con la forma cinematográfica...el hombre pareció obtener, mediante el fluir de la conciencia o película interior, la liberación en un mundo de espontaneidad, de sueños y de experiencia personal única” (McLuhan 2009: 339).

James Joyce escribió gran parte del Ulises con el discurso del *fluir de la conciencia*. El método de percepción Haiku, inconsciente fotográfico-lingüístico, se desencadena del mismo modo en el receptor. El fluir de la conciencia es un actuar mental tan veloz que el mismo individuo que está generando dicho discurso en su cabeza, no puede percibir todo lo que está absorbiendo y describiendo en su realidad. De esta manera se puede pensar la velocidad de percepción del receptor, del mismo modo en que Joyce planteó el fluir de la conciencia en sus personajes. Debido a la alta velocidad de los fotogramas expuestos por el proyector, es imposible pensar y capturar conscientemente los haikus que se van obteniendo a medida que vamos viendo el film. Este proceso es tan veloz que se puede imaginar como un *distraimiento puro*. Ningún receptor es capaz de dar cuenta de la cantidad de Haikus perceptivos que está adquiriendo y generando. Asimismo se encuentran disparados gracias a los enunciados y a los fotogramas puestos en acción y funcionamiento.

“El lector...intenta seguir los contornos de las ideas del autor, a diferentes velocidades y con distintas ilusiones de comprensión. Sería difícil exagerar el vínculo entre la imprenta y el cine en términos de su capacidad para generar fantasías al espectador o lector. Cervantes basó su Don Quijote en este aspecto de la palabra impresa y en su poder para crear lo que, a lo largo de Finnegans Wake, James Joyce designa como ABCED-minded, que puede tomarse como ab-sent (absent-minded: distraído) o simplemente como controlado alfabéticamente... El trabajo del escritor y del director de cine consiste en transferir al lector y al espectador de un mundo, el suyo, a otro, el creado por la tipografía y la película” (McLuhan 2009: 327/328).

McLuhan se propone ver cómo el cine y otros medios inciden en la vida y modifican escenarios y ambientes en el que estamos inmersos. Se pregunta por los efectos globales que comportan la existencia de los medios como tales. Los medios crean nuevos ambientes. Estamos inmersos en ellos aunque no nos demos cuenta. McLuhan dice que en la mediación misma hay un principio de codificación porque hay un principio de percepción.

McLuhan plantea que los medios son prolongaciones de nuestro cuerpo. Estas prolongaciones que los medios generan, afectan nuestro modo de percibir, asociar y registrar. Configuran nuevos ambientes culturales donde se moldea la manera de ver del mundo. McLuhan estira, así, el concepto del Inconsciente perceptivo benjaminiano. Walter Benjamin sostiene que las imágenes cinematográficas son misiles que se disparan en la pantalla mostrando al espectador como *disperso* (Benjamín 1936). Así, de manera dispersa, se produce la adquisición de dichos Haikus. De lo que el receptor toma conciencia, será el *Satori* de cada uno de estos Haikus (que es la sensación y la experiencia de dicha imagen en relación con lo emocional –en otras palabras, es lo que el individuo siente cuando ve las imágenes-).

Este nuevo ambiente que produce el cine en el espectador se da no sólo dentro de la realidad cotidiana del individuo, sino también dentro de la sala de cine. Este lugar es entendido como un espacio de lectura donde el receptor acepta todo lo que está pasando delante de sus ojos. En este espacio la audiencia se apega tanto a la pantalla que de esa manera es transportada hacia otros mundos. Este lugar es el lugar de la imaginación del receptor. Y acá es donde completa el sentido del film.

“El hombre tipográfico se acostumbró en seguida al cine porque éste ofrece, como el libro, un mundo interior de fantasía y sueños. Como el silencioso lector de libros, el espectador de cine está sentado en la soledad psicológica” (McLuhan 2009: 335).

Ahora bien, McLuhan diferencia al cine y a la televisión sosteniendo que el primero contiene fotogramas pre-establecidos, y el segundo se sirve del tubo catódico que barre la pantalla a una velocidad “x” por segundo, formando, de esta manera, la imagen mientras es recibida. El tubo catódico esculpe contra la pantalla íconos de aspecto figurativos. Estos nunca tienen la nitidez o la calidad de la imagen cinematográfica o fotográfica. La imagen-tv obliga al espec-

tador a completar esa falta de dimensión nítida del trazado electrónico, en aspecto perceptivo. Esto pone en juego el tacto, que es el sentido que activa a los otros.

“La palabra captar o percibir, apunta al proceso de obtener algo a través de manejar y sentir muchas facetas a la vez, y con más de un sentido a la vez. Empieza a ser evidente que el tacto no se debe a la piel sino a las interacciones entre los sentidos y que el «seguir en contacto» o el «ponerse en contacto» son el resultado de un encuentro logrado entre los sentidos, de la vista traducida en sonido, éste en movimiento, y el gusto en olfato” (McLuhan 2009: 89).

McLuhan crea su idea sobre los Medios Calientes y Fríos (Cool & Hot), que son dos modos de recepción de la comunicación masiva: cuando el Medio prolonga un solo sentido en alta definición es Caliente (cuando un medio provee mucha información a un sentido. Por ejemplo la radio). La TV es un medio frío porque ofrece una imagen que no es muy precisa y que el televidente debe completar. Cuando la definición es alta el medio es caliente (Cine, Radio), cuando es baja es frío. Los medios Cool son más participativos (en términos de percepción) porque hacen que el espectador participe y complete la información a la definición, con su percepción.

Él habla de imagen y de información. La idea que se presenta en este ensayo es en relación con el sentido. El espectador completa la imagen de acuerdo al sentido de la misma. Que el medio sea caliente o frío, no influye en si el espectador es activo o pasivo (o si es más participativo que otro). Es cierto que el cine es un medio caliente y que el espectador no completa la imagen en cuanto a información, pero sí completa el sentido, de acuerdo a su percepción. No puedo estar de acuerdo en que el espectador no hace esfuerzo, porque lo hace constantemente aunque no se de cuenta de ello. Su percepción es tan veloz, que el esfuerzo parece que nunca comenzó. Éste empieza y se amplía con la percepción de las imágenes que tiene del film. Lo mismo ocurre con los libros. El principal centro acá es la idea de que el espectador o el lector están en constante contacto y movimiento con la obra. Si es un receptor activo o pasivo (receptor en tanto espectador-lector), eso va a depender de la manera en que la obra se implique en él mismo. Los medios calientes y fríos no determinan que un receptor sea activo o pasivo. Es decir, bajo un medio frío o caliente, un espectador o lector puede ser pasivo o activo, y eso depende de la manera en que prolongue los sentidos y de la manera en que dicho medio u obra, se implique en el receptor. El espectador lee el film. Lo interpreta con su lectura. Tiene que acostumbrar el ojo a un sistema de lectura y de interiorización fílmica. Lo no dicho en imágenes-palabras es interpretado y decodificado.

“Kiarostami considera que el cine debe ser capaz de suscitar la información oculta que hay en el otro; un cine inconcluso que, según afirmó en una conferencia en París en 1995, pueda ser completado por el espíritu creativo del espectador. Alguna vez dijo que creía en el método bressoniano de creación a través de la omisión, a diferencia de gran parte del cine actual, al que considera pornográfico en el sentido

de que muestra demasiado, excluyendo al espectador de toda posibilidad de imaginar, de completar los espacios vacíos, de interactuar con el film de acuerdo con su propia experiencia. Así, como sostiene Jonathan Rosenbaum, el cine de Kiarostami es más una pregunta que una respuesta” (Kiarostami 2006: 30).

“No es preciso decirle todo al espectador. La gente difiere en sus ideas y no quiero que todos los espectadores completen la película en su imaginación del mismo modo... No dejo espacios en blanco para que las personas tengan algo que completar, los dejo para que puedan llenarlos según lo que piensan y quieren... En lengua persa, tenemos un dicho cuando alguien observa una cosa con mucha intensidad: «Tenía dos ojos y pidió otros dos prestados». Esos dos ojos prestados son aquellos que quiero capturar” (Kiarostami 2006: 104).

Los espacios vacíos en el cine dependen de cada receptor. Éste los completa a su manera: entonces las películas y los libros son siempre diferentes, ya que el receptor se apropia de los distintos signos de diferentes maneras. Así imagina y completa el film. Por eso toda película y libro es una obra inconclusa e inacabada. Cumple con una inanidad y un hecho muerto que es la conclusión textual de la obra (“Fin”), pero en el fondo actúa animadamente en cada receptor. Éste activa las fuerzas de la obra y la despierta. Es un hechizo de reanimación constante. La obra vive cuando se abre y se lee y se ve. Y el receptor activo la despierta. Y duerme, cuando el receptor la cierra, cuando desactiva sus fuerzas. Así, la obra es eterna.

“...la obra de Kiarostami vendría a erigirse para Nancy en prototipo de una «nueva» forma de entender el cine como arte de la mirada... La gran apuesta de Kiarostami, nos dice, consiste en una educación de la mirada para escrutar el mundo... «Kiarostami –sentencia Nancy- moviliza la mirada, apela a ella y la estimula, la somete a un estado de vigilancia. Sus películas aspiran, antes que nada y por encima de todo, a abrir los ojos»” (Elena 2008: 16).

La mirada del espectador está en constante construcción. La mirada es movimiento. El espectador y sus ojos se encuentran en un vaivén de movilidad que es permeable a las imágenes recibidas. Gracias a estas imágenes, la mirada del espectador se mueve junto con él y su percepción. Lo que busca Kiarostami es tratar de mostrarnos una dimensión escondida del film, tratar de que imaginemos de manera constante y que, de cierta forma, inventemos una película junto con la de él.

“Mi manera de encuadrar la acción, en realidad hace que los espectadores se sienten más derechos y traten de estirar el cuello para tratar de ver lo que yo no estoy mostrando” (Kiarostami 2006: 179).

"Lavarse los ojos y ver las cosas de otro modo", afirma el poeta persa Sohrab Sepehri. El espectador es cambiante. Se mueve de manera eterna. La mirada de éste no puede ser nunca un alivio estático. No se trata de la mirada como un punto de vista. Nancy apunta con su reflexión en el cine de Kiarostami hacia otra mirada:

"...la imagen está siempre más cerca o más lejos que cualquier cosa que pudiese fijar un «punto de vista» -y por lo tanto no es posible para el espectador de la película identificarse con un cierto punto de vista: es un modelo de lo que Brecht llamaba «distanciamiento» y que no nombra nada más que la esencia del espectáculo en la medida en que el espectáculo no tiene nada de «espectacular», sino la mirada en cuanto transporte hacia delante, olvido de sí, o mejor: (de)mostración de que no habrá habido nunca un sí mismo instalado en posición de espectador, porque un sujeto nunca es otra cosa que la punta aguda, tenue, de un avance que se precede infinitamente" (Nancy 2008: 50/51).

En el desarrollo del film, el espectador capta mediante la evidencia. Va resolviendo el film y construyendo impresiones haikus que adquiere. Jean-Luc Nancy dice que toda esa evidencia está plasmada en un desfile sin fin, y que dicha evidencia es la del paso, antes que la epifanía de sentido y de presencia.

"El cine transporta todas las epifanías de sentido y de presencias inmóviles a la evidencia del movimiento. Un mundo que encadena, que va de una película a la otra, y que aprende así, muy lentamente, otra manera de producir sentido." (Nancy 2008: 52/63)

El espectador forma parte de ese encadenamiento sin fin y eterno. La evidencia del espectador es el instante y la impresión fotográfica inconsciente de las imágenes que no son más que una parte de todo un mundo encadenado y libre.

"Evidentia fue tomada por el latín para traducir el griego enargeia, que habla de la blancura poderosa e instantánea del relámpago: argos, resplandor y rapidez juntos. Toca en un instante, no permite captación alguna. Es un instante para ser guardado, en su pasaje: a la vez en suspenso y en sucesión, como las miles de imágenes que desfilan ante la lámpara a razón de veinticuatro fotogramas por segundo. Cada una es una instantánea y su totalidad hace simultáneamente de la continuidad de ellas una gran instantánea -una película- y una multiplicidad indefinida de pausas, parecidas a las numerosas detenciones de la mirada (de la cámara) que ritman las películas de Kiarostami" (Nancy 2008: 95).

Es de esta manera instantánea la forma en que el receptor obtiene las impresiones haikus. Son relámpagos que se perciben naturalmente, sin esfuerzo, pero con una interiorización intensa.

Por último, Nancy nos hace ver que Kiarostami busca construir la mirada del receptor, busca hacerle lavar los ojos, ver de otro modo, zarandear la mirada, agitarla, ajustarla, llevarla a nivel imaginativo y de trabajo interior lejano, jamás recorrido por los ojos de este receptor. Kiarostami, como bien dice Nancy, no deja de formar a su espectador, no para instruirle una técnica, sino para hacerle abrir los ojos: *“Es como si Kiarostami no dejase de formar a su espectador en la película, es decir, no para instruirle en una técnica, sino para abrirle los ojos al movimiento que es la mirada”* (Nancy 2008: 81/82).

Y para concluir, me gustaría terminar el ensayo con una reflexión de Abbas Kiarostami, en una respuesta que dio dentro de una entrevista que entabló con Jean-Luc Nancy:

“La única manera de prever un cine nuevo es considerar en mayor medida el papel del espectador. Hay que prever un cine inacabado e incompleto, para que el espectador pueda intervenir y llenar los vacíos, las lagunas. En lugar de hacer una película con una estructura sólida e impecable, hay que debilitarla -¡pero teniendo en cuenta que no hay que hacer huir al espectador!-. La solución es quizá justamente incitar al espectador a tener una presencia activa y constructiva... Cada uno construye su propia película, que adhiere a mi película, ya sea para defenderla o para oponerse a ella. Los espectadores añaden cosas para poder defender su punto de vista y este acto forma parte de la evidencia de la película” (Nancy 2008: 128/129).

Bibliografía

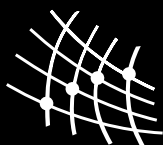
Ishaghpour, Y. (2000) *Mentira y verdad del arte*, Bs As: Farrago.

Kiarostami, A. (2006) "Entrevista a Abbas Kiarostami" por Mehrnaz Saeed-Vafa y Jonathan Rosenbaum, San Francisco, mayo 2000 en *Abbas Kiarostami: Una poética de lo real*, Bs As: Malba Colección Costantini, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires.

McLuhan, M. (2009) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Bs As: Paidós.

Nancy, J. L. (2008) *La evidencia del filme. El cine de Abbas Kiarostami*, Madrid: Errata Naturae, Colección Los Polioftálmicos. Estudio introductorio de Alberto Elena y Víctor Erice.

Rodríguez, F. (2006) "El haiku japonés. Historia y traducción" en *Abbas Kiarostami: Una poética de lo real*, Bs As: Malba Colección Costantini, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, tomado de Madrid: Hiparión, 1999.



Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales | Escuela de Comunicación Social
Universidad Nacional de Rosario



Jornadas
McLuhan
Rosario
2011