

Comunicación y Transición: De naturalizaciones, hegemonías y sentidos comunes.
Eduardo Santa Cruz

1.-La llamada transición a la democracia creó las condiciones políticas y sociales para que las dimensiones culturales de la modernización globalizante se manifestaran plenamente en nuestro país. Es posible afirmar que la sociedad chilena se encuentra viviendo por tercera vez en su historia un profundo proceso de transformaciones orientado hacia su plena inclusión en los caracteres universales de la época moderna. Ello implica asumir distintos desafíos explicativos: establecer los elementos distintivos así como también las continuidades con los proyectos modernizadores fracasados anteriormente (el liberal-oligárquico y el nacional-desarrollismo); entre ellos, especialmente importante es determinar el actual carácter que asume la relación entre las particularidades y los rasgos universalistas que asume la modernidad en esta fase, cuestión sobre la cual volveremos más adelante.

Por ahora, pareciera necesario remarcar la necesidad de la perspectiva histórica, a riesgo de perder o diluir el objeto con tal de ganar los procesos. Dicho de otra forma, entender a la investigación y la crítica más como una actitud que como un conjunto de procedimientos. Ello implica superar los esencialismos y fundamentalismos de cualquier tipo, como también las tentaciones reduccionistas (elemento medular en la crisis de las Ciencias Sociales) a encontrar aquel principio teórico o dimensión social que daría cuenta de la totalidad, lo cual no implica negar que desde cualquiera de ellas se pueda mirar o pensar la globalidad de lo social (a este respecto es especialmente útil, metodológicamente hablando, la dimensión cultural). La pregunta sobre lo actual no puede ser ¿qué es lo que queda de parecido ("auténtico") a lo que era antes?, sino más bien ¿qué es lo que mueve, dinamiza, confiere sentido a lo social?.

Pareciera evidente que en el actual intento modernizador de la sociedad chilena, el modo y la intensidad de inclusión en lo universal es cualitativamente distinto, entre otras cosas porque la propia fase actual del capitalismo mundial también lo es. Como realidad surgida de la posguerra en los países capitalistas industrializados, fenómenos como la revolución tecnológica e informática; el desarrollo de una economía mundial que trasciende la fase imperialista; la constitución de mercados de alcance planetario (especialmente en el terreno de la comunicación y la cultura); el debilitamiento o transformación profunda del carácter del Estado-nación; el descentramiento y desterritorialización del poder a nivel mundial y a la vez su concentración y centralización en escalas antes no conocidas, etc. colocan un marco global sin cuya referencia, al menos, se corre el riesgo de que el proceso chileno se vea sólo como un accidente temporal en una evolución histórica pre-determinada, es decir que no sea posible apreciar justamente las relaciones con el pasado y sobre todo lo que es sólo residuo o simplemente recuerdo y lo que es nuevo o distinto.

2.- Lo anterior implica que de manera desfasada, híbrida y compleja en la realidad chilena actual se están manifestando y desarrollando tendencias universales de la

modernidad en su fase de globalización y ellas están transformando cualitativamente diversos ámbitos, con diferente ritmo e intensidad. Lo importante es que en esta época ya no hay espacios geográficos, culturales, sociales, etc. que puedan permanecer al margen de estas tendencias. Habría que referirse, al menos, a algunas de ellas, tales como el modelo y tipo de sociedad que se construye; la relación de lo público y lo privado en su interior; la llamada crisis de la política y el sistema de partidos; el tipo de cultura cotidiana predominante y, en su interior, el carácter que asume lo local, a partir de la lógica de la segmentación y heterogeneización social y cultural.

En los hechos y presionada por las necesidades de un mercado en expansión, para el cual la aceleración es su motor y fuente de poder (al decir de Moulian, sociedad en proceso de cambios constantes, pero adaptativos, donde el cambio es pura expansión), se va imponiendo como tendencia la información-digitalización como eje y modelo de reorganización de la sociedad, lo cual daría origen a la llamada "sociedad de la información" (sociedad "nueva", la cual, agotada la lucha de clases, encontraría su nueva dinámica en la información). Por ello, al decir de J.M.Barbero, es que los fenómenos comunicacionales parecen jugar hoy un rol estratégico. En los hechos estos procesos (reducidos a intercambio y flujo de informaciones) están cambiando el sentido de lo humano; operando transversalmente nos tocan no sólo cuando estamos expuestos a ciertos aparatos, sino desde la educación hasta el trabajo, desde la casa al deporte, toda actividad social está atravesada por la necesidad de tener y dar información, por una serie de modos de presencia de esa información que convierte a la tecnología en modos de la relación misma: formas de juntarse, reconocerse o bien diferenciarse y excluirse. Para esta matriz social el eje es el flujo y la conexión y es un referente fundamental para entender la transformación de lo social, lo público y lo político.

4.- en ese contexto, también es posible afirmar que la sociedad chilena está atravesando el proceso que Verón denomina del paso de una sociedad mediática a la de una sociedad mediatizada. Para dicho autor, una sociedad mediática es aquella donde los medios se instalan, es decir, ocupan un cierto lugar junto a otras instituciones o actores sociales. Lo importante es que todos ellos conservan un lugar y una dinámica relativamente autónomas, lo cual implica que los medios operan en el plano de la re-presentación (más o menos deformada) de la sociedad. Ello implica también el desarrollo de ciertas formas comunicacionales que se expresan en el uso de ciertos géneros o técnicas que manifiestan la relativa distancia con el acontecer. Dicho de otra forma, es un tipo de sociedad en que todavía el espectáculo es posible. Por el contrario, una sociedad en vías de mediatización es aquella donde el conjunto de las relaciones y prácticas sociales comienzan a estructurarse y a cobrar sentido en tanto realidad social en relación directa con la existencia de los medios

Lo anterior se ubica en el marco del desarrollo y diversificación creciente del campo cultural, en el que la industria cultural y los medios adquieren una centralidad cada vez mayor, constituyéndose no sólo en el eje articulador de la cultura cotidiana y los sentidos comunes, sino que en actores socio-culturales, productores de discursos y generadores de sentido, más que operando como un puro escenario o instrumento. Ello ha converytido al evento interactivo en una especie de fase superior del espectáculo

Cuando Adorno planteó la idea de la estandarización y serialización generadas por el imperio del formato lo hizo instalando un paradigma crítico que ha marcado el debate latinoamericano hasta hoy. No es raro que en las condiciones actuales

recupere cierta vigencia la denuncia frankfurtiana en general. Sin embargo, aún aceptando que los formatos de la industria cultural son una de las fuentes de surgimiento de los textos-modelos de lectura masiva de los medios, la visión adorniana de la unidad del sistema, centrada en la noción de esquematismo, que asimila toda obra al esquema y con ello atrofia la actividad del espectador, sólo ve la relación sistema (Estado)-individuo. Por ello, dicha idea, que es una de las más valiosas de la crítica adorniana, a la vez peca de reduccionista al equiparar toda obra, entendiéndola como manifestación de la totalización impuesta por los formatos. Por otro lado, la crítica a la racionalidad técnica termina por convertir en cualidad de los medios lo que puede ser entendido como un modo de uso histórico. Lo anterior no parece justificar los intentos hechos en los 90 por blanquear la imagen de la TV reiterando sus posibilidades de servicio público. Más bien de lo que se trata es ir más allá de alternativas gastadas, sin perder la perspectiva de la crítica.

En esa dirección, lo que es necesario explicar hoy es la convergencia y complementación entre las lógicas de la diferenciación y segmentación, por un lado, y las de homogeneización y uniformidad en los patrones de consumo cultural, por otro. La hipótesis a construir pareciera tener que basarse en la lógica del programa y la fórmula.

5.- La diferenciación de la oferta televisiva (y comunicacional y cultural, en general) se inscribiría en la instalación de diversos menús programáticos -en el sentido computacional del término, si cabe decirlo así- que efectivamente ofrecen una creciente variedad, pero siempre en el marco establecido por ciertos parámetros (flexibles y móviles) que establecen las posibilidades de elección y esos parámetros, por decirlo de alguna forma, no son plesbicitados, ni surgen de una democrática convergencia y ni siquiera negociación de intereses, sino que surgen, como motivación última, del interés del que tiene el poder para colocarlos. Sin embargo, tampoco se trata de volver a visiones conspirativas que ubican al poder en superestructuras especializadas en la función de la dominación. La lógica de expansión del mercado comunicacional y cultural, en esta etapa del proceso modernizador ha generado, entre otros, los fenómenos de descolección y desterritorialización de la cultura, lo cual implica, por un lado, la ruptura de límites entre lo culto, lo popular y lo masivo y, por otro, que la tendencia sea a liberar a la cultura de toda fijación social, geográfica, étnica, ideológica, etc. Con ello, el menú del programa comunicacional y cultural hegemónico no sólo ofrece alternativas en términos de productos diferenciados para segmentos distintos de públicos, sino que incorpora toda la diversidad cultural susceptible de tener rendimiento económico. Naturalizados los supuestos y los fines del orden social las exclusiones y marginaciones se fundamentan, en lo sustancial, en la lógica del beneficio y la eficacia, entendida como manifestación de productividad y rentabilidad.

Se genera así un amplio espectro de interactividad y participación, obviamente no como una forma social espontánea, sino inducida y operativizada como rol al interior de un programa. En definitiva, la analogía con la noción de programa nos permite afirmar con Baudrillard que la máquina sólo hace lo que el hombre quiere que haga, pero éste sólo ejecuta, a su vez, lo que la máquina está programada para hacer. El receptor comunicacional aparece como un operador de virtualidades y aunque su intención sólo sea informarse o comunicar, en realidad su acción consiste en explorar todas las virtualidades del programa. Es la imagen del sujeto nómada y del zapping televisivo y cultural en general. La pantalla interactiva sustituye toda presencia real, hace superflua toda presencia, toda palabra, todo contacto. Acentúa la involución en un microuniverso dotado de todas las

informaciones, del cual ya no hay ninguna necesidad de salir. El medio más seguro para la neutralización social sería darle a los individuos los medios para saber todo sobre todo, con la información y la comunicación, encadenándolo a la única necesidad de la pantalla. Se paraliza y fragmenta toda acción social de forma mucho más segura con el exceso de información sobre todo (y sobre sí mismo) que privando de información. Así, para Baudrillard, las estrategias del sistema se han invertido y, podríamos agregar, se han hecho además mucho más rentables. En ese marco, ya no cabe hablar de masas alienadas por una TV manipuladora. De lo que se está hablando es de redes y circuitos integrados.

Ahora bien, con referencia a los productos comunicacionales interesa ir también más allá de la denuncia adorniana del imperio del formato. Ya señalamos que dicha crítica, al plantear la homologación de todo contenido por lo anterior, hoy día aparecía superada por la diversificación de las ofertas y la diferenciación cultural como estrategia del mercado. La heterogeneidad cultural creciente como efecto de lo anterior parecería dejar trasnochada y estéril no sólo la crítica tradicional, sino la posibilidad de toda crítica. Sin embargo, la subsistencia de los formatos, a pesar de las lógicas del intergénero y la transtemporalidad que permiten las tecnologías audiovisuales e informáticas, está planteando algo más de fondo. Efectivamente, lo central ya no es la forma, sino la fórmula, es decir, la ecuación de base, la virtualidad como campo de operaciones, algo que se hace funcionar. La fórmula, a diferencia del formato clásico, admite diversos ingredientes o elementos constituyentes, en la medida en que se ciñan al programa. Dicho en otro plano, el código digital legitima socialmente todas las hablas y lenguajes traducibles a dicho código (incluidos por cierto aquellos que aparecen como distintos : críticos, humanistas, ecologistas, místicos o esótericos, feministas, etc.), pero, a la vez, ello genera de inmediato el límite para la exclusión : no será tenido por saber o por cultura legítimos aquellos que no sean traducibles al lenguaje cuantitativo de la información.

Sin embargo, no se crea que de lo anterior pueda deducirse la existencia de márgenes, resquicios o, menos, de un afuera, desde donde operar o potenciar alternativas. La exclusión funciona integrando, por la vía del simulacro de la tolerancia y la diversidad, que permite la existencia al interior del programa, pero deslegitimado en una perspectiva de futuro y sólo como exponente residual de algo que fue, pero que no podrá ser (de allí que palabras como romántico o nostálgico tengan una alta carga peyorativa). Es el imperio de la performance y el evento. El espectáculo no es privativo ni fruto de la época moderna. El evento es producto de las estrategias comunicacionales y de marketing, que son, a su vez, rasgos distintivos y cuasi indicadores de modernidad. El espectáculo todavía admite, como formato, ser de origen espontáneo o como pura expresión de una cotidianidad social y colectiva: el partido de fútbol en la cancha de tierra de la población es un espectáculo, y esa categoría se la dan, no el pago de una entrada, sino los protagonistas y especialmente los espectadores que libremente concurren.

En cambio, el evento requiere ser producido, inducido, mediatizado y tecnificado. Lo que hace entre nosotros el mercado es que ha logrado introducir esta lógica como fórmula de base para todo acontecimiento: el fútbol, la política, el arte, la caridad y la fe se constituyen en eventos que deben ser marketeados y promovidos. Por eso, ya no se buscan hinchas, ciudadanos o creyentes, sólo consumidores. Ya no se realizan campañas de desarrollo social o de bien público; ahora se hace marketing social. Ya no se efectúa propaganda, ahora se hace marketing político. Cada vez más, la opinión pública se convierte en un mercado de opiniones. Ya no hay militantes que trabajan por una causa, fueron reemplazados por los operadores.

Porque, en definitiva, eso es lo que importa: no la acción social, sino que la operación de los programas. Por mucho que las categorías del querer, creer, saber, actuar, desear y gozar sigan teniendo sentido, la fórmula del evento las escamotea y las traviste en una única modalidad: la del hacer y producir. Sin embargo, lo distintivo del evento y es lo que introduce en estos tiempos la complejidad necesaria para superar viejas dicotomías, es el hecho de que necesariamente es integrador. El público debe jugar un papel en el evento, más aún éste produce e induce su actividad. El evento involucra a todos los que participan en él, incluyendo los vendedores de bebidas, golosinas o artesanías que se instalan en la puerta. En otras palabras, es una operación productiva cuyos beneficios se reparten segmentadamente y que, además, sus beneficios no se agotan en lo material, sino que son de distinta naturaleza y se reparten en distinto grado.

Por ello, el evento puede incorporar o no el formato del espectáculo, pero lo que hace es borrar la distancia escénica y, con ello, la posibilidad de la alienación. En el evento no hay sujetos ni objetos, sólo operadores en distintos roles. En lo específico, si esta es la característica central de la situación comunicacional y cultural, no es raro que también lo sea del menú televisivo. Algo más, el evento se sitúa en el plano de lo universal, en ese sentido, tiende a la homogeneización de los patrones culturales. No se trata de que borre lo particular o lo local, por el contrario, lo integra, pero lo des-sustancializa al integrarlo a un libreto.

7.- El hecho de que sea el mercado informativo y cultural el eje y motor dinamizador del crecimiento del campo cultural y del sistema de comunicaciones, hace posible sostener que la relación fundamental de la cultura cotidiana de masas es con la industria cultural y, en especial, con la TV. El gasto estatal o de organismos privados no lucrativos (como Universidades, embajadas, institutos binacionales, corporaciones, etc.) tiene una destinación fundamentalmente elitaria: una alta y pequeña burguesía ilustrada, intelectuales y cierto sector de estudiantes, dejando en manos del mercado y la industria cultural la producción dirigida a la mayoría de la población, es decir, no sólo los sectores populares, sino extensos sectores medios y de la propia clase alta.

Convocados a ejercer la crítica, antes que nada me asalta una sospecha. Circula en cierto ámbito de la sociedad chilena un discurso que evidencia, en mayor o menor grado, disconformidad o desacuerdos con la realidad cultural. Actores y actrices (estrellas de telenovelas, claro está); cineastas y artistas; escritores y escritoras (exitosos naturalmente, mercado mediante), nos interpelan contra el consumismo, el pragmatismo eficientista, los horrores de la masificación y la idiotización progresiva. Desde luego, en varios aspectos su malestar pareciera razonable. Sin embargo, no es posible evitar pensar en aquello de la autoregulación del sistema. No sería primera vez que una elite ilustrada haga de enfant terrible, como contrapartida de un proyecto modernizador hegemónico. Cierta espíritu crítico coexiste en los mismos espacios y circuitos con otro que podríamos calificar de clásico moderno.

No es primera vez, como señalamos, que en nuestro país impera una visión de sociedad que nos asegura que el progreso, la felicidad y el desarrollo están allí, a la vuelta de la esquina. Y están tan cerca que cualquier sacrificio, cualquier costo (incluidos los sociales, por cierto) no es tan alto que no se pueda pagar. El discurso modernizante sigue al pie de la letra el cánón clásico. Todo cambio es bueno per se; todo lo nuevo es mejor; todo el pasado hay que borrarlo o mejor re-escribirlo. Lo que importa es que no estorbe con sus fantasmas, ya que hay que mirar hacia adelante.

La historia es una sucesión de etapas de progreso que habría que ir superando; eliminando o borrando el peldaño anterior.

Esta modernización capitalista que vivimos descansa sobre la auto-percibida pre-eminencia indefinida del mercado (nunca suficiente) y la democracia liberal (pero, nunca tanto). Esta imagen ha generalizado el mito de la participación (¿en qué y para qué?), de una creciente igualdad de oportunidades y de las responsabilidades individuales, que hacen descansar en cada individuo los triunfos y los fracasos. Ello permitiría que cada uno y la sociedad se sientan efectivamente libres e iguales (aunque a la primera de cambio, se note que algunos -no muchos- sean más iguales que el resto).

Se nos dice que debemos felicitarnos de la des-ideologización y la des-dramatización de la vida social. Existiría así, una cultura hegemónica fundamentalmente banal, trivial e insustancial. La alegría de lo light, soft y diet: liviana e intrascendente, volcada hacia el exterior y gatillada por el evento y el espectáculo, ambos efímeros y desechables. Probablemente haya extensos sectores que cruzando verticalmente la estructura social le otorguen su consenso (gramscianamente hablando). Insistir sobre esto no tiene ya mucho sentido. La crítica ilustrada aparente ha sido suficientemente redundante al respecto. Tal vez sea más productivo sospechar también de que el discurso que predomina sea tan intrascendente. Dicho de otra forma, que algún gran relato haya sobrevivido. Lyotard tuvo probablemente razón al poner de relieve la crisis y caída de paradigmas y relatos omnicomprensivos, pero ello no implica la desaparición de lo global como horizonte y perspectiva. Eso lo tienen muy claro el capital local y global y el Estado neo-liberal.

Por ello, tras la apariencia de la banalidad y la frivolidad como forma de vida y ¡jojo! decir apariencia no implica que sea falsa, sino que es un nivel de construcción de realidad donde se nos convoca a situarnos, se enmascara trasvestido de diferenciación y heterogeneidad un proyecto ideológico, que requiere del tipo de consenso señalado. La tecnoburocratización de las decisiones políticas y la uniformidad impuesta (y por supuesto, negada) por el discurso neo-liberal reducen lo que está sujeto a debate sobre la orientación de las sociedades, las cuales aparecen planificadas desde instancias globales inalcanzables.

Nuestro capitalismo, tanto en su versión liberal decimonónica, como en la desarrollista industrializadora de los años 30 nos dijeron, en su particular versión y en su contexto, lo mismo. Ante sus fracasos, el actual neo-liberal de fin de este siglo nos asegura que la tercera es la vencida. Veremos. Como señaláramos antes, tal vez requiera de ese malestar ilustrado. Es tan sólo una sospecha, pero suficiente para intentar ir más allá de lo evidente y tratar de desarrollar una crítica que tenga como sustento epistemológico surgir, parafraseando a Martí, desde las entrañas del monstruo, lo cual entre nosotros puede significar, desde el sillón del televidente, desde el pasillo del mall o desde el tablón del estadio.



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios “Miguel Enríquez”, CEME:
<http://www.archivochile.com>

Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.)

Envía a: archivochileceme@yahoo.com

NOTA: El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores.

© CEME web productions 2003 -2006

