

El mundo a domicilio

Delia Crovi Druetta*

The author of this essay discusses some of the consequences derived from the fact that questions on the relationship between communication and society seem to have not changed over the past twenty or thirty years, despite the social scenarios where answers could be found have indeed changed. Nowadays, thanks to the new communication technologies, the world of communication and information may be placed at home. Changes on the spatial and temporal dimensions that are characteristic of these new technologies lead to new dilemmas of transparency or opaqueness, visibility or invisibility, which emerge on the individual level and which transforms all dimensions of experience at home. The author ends with a series of questions that can be asked as a beginning of redefinition of concepts such as virtuality, reality, freedom, individualism, and so forth.

Este ensayo elabora algunas consecuencias del hecho de que, aunque a simple vista, las preguntas centrales acerca de la comunicación en la sociedad parecen no haber variado mucho en los últimos veinte o treinta años, los escenarios donde pueden encontrarse las respuestas sí se han modificado sustancialmente. Hoy en día, gracias a las nuevas tecnologías de comunicación, el mundo de la información y la comunicación puede llevarse a domicilio. Y los cambios en la dimensión espacio-temporal que caracterizan a estas nuevas tecnologías conducen al hombre a un juego de transparencia u opacidad, de

* Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), UNAM.

visibilidad o invisibilidad, que se inicia en el plano individual y que en el ámbito del domicilio trastorna todas las dimensiones de la experiencia. La autora concluye con una serie de preguntas que, de manera inicial, pueden formularse alrededor de conceptos como virtualidad, realidad, libertad, individualismo, etcétera.

Hace un cuarto de siglo el sociólogo Denis McQuail se preguntaba

¿Cuál es la razón de que ciertos rasgos indudables de esta última (la sociedad de masas), la urbanización, la rutinización del trabajo, la apatía o desilusión políticas, la declinación de la fe religiosa, el probable debilitamiento de la vida de comunidad, parezcan estar asociados específicamente y significativamente con la cultura de las comunicaciones masivas, cuyos contenidos consisten en gran medida en materiales concebidos para proporcionar descanso, fomentar el consumo personal, entretener, proporcionar emociones sustitutivas o evasión? ¿Cuáles son las condiciones de la sociedad moderna que promueven los altos niveles de uso de estos medios y que determinan la forma característica que ella adopta? (McQuail 1972: 101).

A finales de la década del ochenta, el filósofo italiano Gianni Vattimo reflexionando acerca del fin de la modernidad y el inicio de lo que se ha dado en llamar postmodernidad, sostenía:

(...) a) que en el nacimiento de una sociedad postmoderna los mass media desempeñan un papel determinante, b) que éstos caracterizan tal sociedad no como una sociedad "transparente", más consciente de sí misma, más "iluminada", sino como una sociedad más compleja, caótica incluso; finalmente, c) que precisamente en este "caos" relativo residen nuestras esperanzas de emancipación (Vattimo 1996: 78).

Los más de 20 años que median entre las afirmaciones de estos dos autores, incluso la disciplina desde la cual realizan sus análisis, no impiden que ambos coincidan al destacar el papel que los medios masivos de comunicación juegan en la sociedad. Vattimo incluso les concede un lugar central en el tránsito entre modernidad y postmodernidad.

Junto con el fin del imperialismo, otro gran factor ha venido a resultar determinante para la disolución de la idea de historia y para el fin de la modernidad: se trata del advenimiento de la sociedad de la comunicación (Vattimo 1996: 77).

Aunque a simple vista las preguntas centrales acerca de la comunicación en la sociedad parecen no haber variado mucho en los últimos 20 ó 30 años, los escenarios donde pueden encontrarse las respuestas sí se han modificado sustancialmente. En especial, si reconocemos el creciente protagonismo que los medios tienen en la sociedad y aceptamos, como afirma Vattimo, que hoy en día la lógica del mercado exige que todo se convierta de alguna manera en objeto de comunicación.

En este artículo intentaré navegar entre algunos puntos emergentes de esos nuevos escenarios, los que a mi juicio conducen al centro de estas reflexiones: hoy en día gracias a las Nuevas Tecnologías de Comunicación (NTC), tal como sucede con las pizzas o la comida rápida, el mundo de la información y la comunicación puede llevarse a domicilio. Comenzaré haciendo una breve referencia al origen y características de las NTC, para puntualizar luego aquellos aspectos que a mi juicio sobresalen en la relación que se establece entre los nuevos objetos técnicos de comunicación y los individuos. Concluiré con algunas de las muchas preguntas que nos sugieren los nuevos medios y los nuevos escenarios de la comunicación de fines de siglo.

El punto de partida

Vale la pena recordar aquí que las NTC, identificadas en un primer momento con la carrera espacial, tienen su origen en el área militar. Tanto que junto con la lucha ideológica entre las grandes potencias, en muchas ocasiones se transformaron en la punta del iceberg que caracterizó a las disputas desarrolladas durante la guerra fría entre los países del Este y Estados Unidos.

Este origen aleja cualquier pretensión de considerarlas neutrales. Incluso recordemos que en tiempos más recientes (la guerra del Golfo o la guerra de las Malvinas) el uso de las NTC adquiere el mismo carácter. Además, el hecho de que en los últimos veinte años hayan ido ocupando cada vez más los espacios de la llamada sociedad civil, no implica que hayan abandonado su rol estratégico y militar.

Como veremos más adelante, esta expansión de las NTC al sector civil de la sociedad tampoco ha sido neutral, ya que junto con el factor ideológico está el económico. En efecto, las NTC en muchos sentidos se comportan como el Caballo de Troya del capital trasnacional, respecto de los grupos mediáticos nacionales, o dicho en otros términos, en el vehículo de la globalización de las comunicaciones.

Como se sabe, las NTC representan para la sociedad el origen de lo que se ha llamado *informatización*, es decir, la integración de sofisticadas redes para el traslado de información que se convierte en ganancias o en factor de poder. Es gracias a su *conectividad*, o sea a la capacidad de unir y conectar a diversos medios entre sí, que las NTC se comportan como redes y tienen una influencia decisiva en la sociedad.

Pero también son *interactivas*, ya que permiten que su parte lógica o blanda, interactúe con la racionalidad instrumental del hombre, creando nuevos mensajes o simulando una interacción hombre-máquina. A nivel individual estas redes despiertan reacciones diversas, ya que además de ser factor fundamental en el desplazamiento de la información, son portadoras de nuevas formas de vida, tanto en el ámbito laboral como en el uso del tiempo libre y en la construcción del conocimiento. Finalmente, desde su uso generalizado en la sociedad, han venido a introducir cambios significativos en la concepción del tiempo y el espacio.

Para la realidad latinoamericana, todas estas características de las NTC se subordinan a otra, insoslayable, que las determina y condiciona: el acceso diferencial debido a razones de índole económica que se da tanto en su uso individual como entre naciones pobres y ricas del planeta. Dice acertadamente

Aníbal Ford: "No son los sistemas comunicacionales los que van a resolver los problemas de este mundo donde sobran símbolos pero falta alimento" (Ford 1996: 63).

La base material

Sabemos que en la tradición latinoamericana de la investigación en comunicación, los estudios de emisores son, quizá los más abundantes en lo que se refiere a la composición de las empresas mediáticas y a los capitales que las integran. Esta tendencia no está ausente en el análisis de las NTC, sin embargo, considero que este escenario ha sufrido modificaciones importantes que merecen una nueva revisión.

A mi juicio, para hablar de la relación NTC-concentración del capital, es necesario advertir que la expansión de las políticas neoliberales no habría sido posible sin la concurrencia de los nuevos medios como actores destacados. Lucio Oliver al definir los rasgos del neoliberalismo, señala que este modelo abandona a las pequeñas y medianas empresas para centrarse en un sector más moderno de la economía, el cual está vinculado con tecnologías de punta desde donde se supone vendrá el desarrollo (Oliver citado en Crovi 1996: 42).

Esta argumentación explica la creciente concentración de capitales, así como la alianza de empresas de medios locales con corporaciones transnacionales para acceder a esas tecnologías de punta con el propósito de asegurarse un mayor número de usuarios. Vale la pena recordar aquí, a manera de ejemplo, el caso de México en la integración de las nuevas empresas de televisión directa al hogar, las de telefonía de larga distancia o las propias televisoras de señal aérea, cuya norma general es unir a un socio local con uno o varios transnacionales.

En este mismo sentido, al analizar los aspectos económicos de las políticas neoliberales, José Valenzuela Feijóo expresa:

En cuanto a los agentes o grupos sociales impulsores, el modelo se asienta en el capital transnacional y una delgada capa de

capitalistas nacionales. Estos funcionan como una oligarquía financiera en cuyo seno se privilegian los espacios circulatorios (Valenzuela Feijóo 1991: 153).

La articulación de esos sectores nacionales de comunicación con los internacionales explica la fuerte presencia que las NTC han alcanzado en algunos países a pesar de su pobreza. En efecto, vemos con asombro como las sociedades de menor desarrollo económico no han quedado fuera de la carrera incesante para ingresar al mundo de las NTC.

Claro está que la presencia de las NTC en estas naciones, entre las que se encuentran las de América Latina, se produce preferentemente en los sectores privilegiados de la sociedad y en las empresas de capitales transnacionales. Tales naciones se colocan así en la posición de receptores o consumidores de las nuevas tecnologías y su *software*, reforzando con ello su condición de países dependientes.

Pero las alianzas de los capitales locales con los transnacionales constituyen sólo la base material que permite a las NTC incursionar en todo el mundo, convirtiéndose en vehículos de cambios sustantivos en la vida cotidiana de los individuos, y llevar, como advertía, el mundo a domicilio. Velocidad, variaciones en la comprensión del concepto distancia, consumo individualizado, aislamiento, son algunos de estos cambios a los que haremos referencia.

La dimensión espacio-temporal

Las NTC han contribuido a borrar las fronteras nacionales, acercándonos de forma instantánea a hechos, personas y situaciones tanto distantes como próximas. Esta posibilidad técnica marca cambios en la dimensión espacio-temporal que han sido ya analizados por varios autores.

a) *El tiempo*

La influencia más notoria de las NTC en el tiempo se refleja en la instantaneidad con que nos presentan los hechos: en el momento mismo en que ocurren no importa donde esto suceda. La televisión, la radio, el fax, los teléfonos o las redes de datos e información nos bajan del espacio los últimos acontecimientos, en una acción que implica modificar los conceptos de espacio y de tiempo.

Pero esta disponibilidad al mismo tiempo nos convierte en receptores *on line*, es decir, en receptores cuya línea con el mundo está abierta las 24 horas del día para recibir mensajes. Según su personalidad, algunos individuos adoptan esa apertura temporal para que los demás penetren en su mundo a la hora y en el momento que ellos quieran (los teléfonos celulares en el cine, el teatro o el supermercado son buen ejemplo de ello). Otras en cambio, prefieren vivir *off line*, decidiendo ellas mismas el momento y la forma en que los demás se comunicarán.

Esta disponibilidad temporal tiene enorme vinculación con otro tema que trataré más adelante: el hombre como ser visible o invisible. También está imbuida del concepto de virtualidad, complejo y fascinante, que no abordaré en este artículo porque considero que merece un tratamiento aparte.

b) *El espacio*

La incidencia de las NTC en la dimensión espacial se hace evidente no sólo en la nueva concepción del espacio que imponen, sino en expresiones como navegar, ciberespacio, cibernauta o supercarretera de la información, que identifican nuevos roles y actividades del desempeño comunicativo. Estas y otras expresiones aluden a un mundo más pequeño, no en su tamaño, sino por las posibilidades que hoy en día existen para conocerlo, poseerlo e incluso dominarlo. Aluden también a un individuo-mundo que juega con distancias y movimientos.

Para Henri Bakis, antes de las telecomunicaciones, la reducción de los tiempos destinados a los desplazamientos fue sólo cuestión de evolución, sin embargo, a partir de las NTC la relación espacio-tiempo sufre una mutación profunda (Bakis citado en Gómez Mont 1991: 53-55). En principio, su inmediatez hace que pierda significado la distancia concebida como unidades de longitud. Habla en cambio de espacio-costo, ya que las tarifas de los servicios se miden con base en dos ejes: a) los kilómetros y las tecnologías empleadas para lograr las conexiones; b) la duración y los horarios en que se prestan (recordemos las tarifas telefónicas que varían según los horarios en que se usa el servicio).

Como sabemos, las distancias ya no son un problema para llevar, por ejemplo, señales televisivas desde lugares distantes. Los nuevos sistemas de televisión directa al hogar son prueba contundente de ello. La telefonía de larga distancia o los servicios de Internet también lo son. El acceso a los modernos servicios domiciliarios que ofrecen las NTC no dependen hoy en día de la distancia, sino de su costo.

En lugar de pensar en los espacios geográficos, Gianfranco Bettetini y Fausto Colombo reflexionan acerca de la idea de movimiento, del individuo desplazándose para acceder a las NTC.

(...) en el universo de los nuevos "media" están contemporáneamente presentes sistemas que obligan al usuario a dirigirse a un lugar para poderlos utilizar, sistemas que tienden a excluir la necesidad de cualquier desplazamiento por parte del individuo y, por último, sistemas que valoran el desplazamiento y se realizan de modo que se garanticen al individuo la libertad de movimiento (Bettetini 1995: 26).

De acuerdo con lo anterior, entre los primeros están los ofrecidos por computadoras personales con acceso a redes; los segundos pueden ejemplificarse con los lugares públicos para consultar Internet (universidades, cafés, librerías, etcétera) y los terceros hacen alusión a las computadoras portátiles con fax-modem que se convierten en verdaderas oficinas móviles.

El desplazamiento que presentan Bettetini y Colombo no contradice la idea del *mundo a domicilio* que propongo, porque cuando hablo de domicilio lo hago partiendo de un concepto más amplio que abarca tanto el hogar como los lugares habituales de acción personal (la escuela, la oficina, la universidad).

Aunque intenté referirme separadamente a las nociones de espacio y de tiempo implícitas en las NTC, creo que ambas conforman una dimensión conjunta en la que de manera continua se contaminan. Sin duda el movimiento interactúa con la temporalidad preferida por las personas *off line* o los costos con las que escogen permanecer *on line*. A su vez ambas nociones se emparentan con el siguiente tema.

El individuo-mundo juega a lo visible-invisible

¿Son las nuevas tecnologías el refugio doméstico del hombre? Las oficinas en la casa (computadoras-fax-modem), la biblioteca en el hogar (Internet) o el esparcimiento a domicilio (video filmes, video home o direct TV), nos sugieren un hogar que se abre al mundo o mejor aún, el mundo que llega a domicilio. Este mundo domiciliario se completa con la tintorería, el supermercado, los mecánicos y las ya mencionadas pizzas o comida rápida, entre otros productos que tocan a la puerta de nuestras casas.

No puedo dejar de mencionar que este desplazamiento organizado por las empresas en las grandes ciudades, ha sido un elemento importante para enfrentar los estragos de la urbanización. Y a quien dude de ello, le sugiero pensar sólo en qué hubiera sido la ciudad de México sin el fax o sin el correo electrónico.

Los cambios en la dimensión espacio-temporal que inducen las NTC llevan al hombre a un juego de transparencia u opacidad, de visibilidad o invisibilidad. Al respecto Vattimo habla de la contraposición pertenencia y extrañamiento. "Vivir en este mundo múltiple significa experimentar la libertad como oscilación continua entre la pertenencia y el extrañamiento",

dice (Vattimo 1996: 86). Para él esta contraposición se da entre local-global, donde el extrañamiento es una fuerte emancipación de la cultura global, uniformante, para regresar a lo local, lo circundante. Es la capacidad de ciertas subculturas o grupos aislados socialmente de tomar la palabra, de expresarse.

Consciente de que bajo este proceso subyace la erosión del principio de realidad, Vattimo apoya esta ruptura de lo real porque implica la liberación de las diferencias. Para él esta ruptura significa también acabar con el control y el dominio social que redujo a las cosas y a los seres humanos a nivel de lo mesurable, lo cuantificable y por lo tanto, lo manipulable y sustituible.

Pero a mi juicio el juego que introducen las nuevas tecnologías entre lo visible-invisible se inicia en el plano individual que es el que me interesa ahora destacar. En él entra tanto la dimensión espacial como la temporal y se juega en torno al individuo y la familia, alrededor de la casa como centro social, algo que no es extraño en épocas neoliberales.

Esta despolitización y desideologización del ambiente social promovidas por el neoliberalismo, ha llevado a fortalecer la existencia de un nuevo orden (no político) donde el centro de atención ya no son los grupos ni las clases sociales, sino la familia y los individuos (Covi 1996: 45).

En efecto, por un lado, el ser humano actúa cada vez más unido a un enorme cordón umbilical sin hilos que lo conecta al ciberespacio, a un más allá comunicativo: se coloca en situación de visibilidad permanente, se presta para ser buscado y localizado, por el otro, siempre está *on line*. Pero al mismo tiempo hace esfuerzos considerables para lograr su invisibilidad, evita la interacción hombre-hombre y la reemplaza por la interacción hombre-máquina.

En el tiempo libre, en el productivo, en sus relaciones personales e incluso en las íntimas (recordemos el enorme éxito de los servicios de *hot line*) el hombre se refugia en su casa parapetado tras los avances tecnológicos. Se hace invisible tras

los mismos cables y cordones umbilicales que lo unen al ciberespacio.

Cuando se hace visible, el hombre experimenta un cierto afán de omnipresencia y atemporalidad. Percibe a ese más allá comunicativo como su lazo de unión con el mundo. No se trata de un *big brother* controlador sino conectivo, capaz de hacer transparente a la sociedad, para decirlo en términos de Vattimo.

Como contrapartida, cuando emplea a las NTC para convertirse en el hombre invisible que evita toda cercanía con los demás, está contribuyendo a la muerte de la realidad. La reemplaza por datos, imágenes y sonidos digitales, como dice Baudrillard.

En el apogeo de las hazañas tecnológicas, perdura la impresión irresistible de que algo se nos escapa; no porque lo hayamos perdido (¿lo real?), sino porque ya no estamos en posición de verlo: a saber, que ya no somos nosotros quienes dominamos el mundo, sino el mundo el que nos domina a nosotros, (Baudrillard 1996: 100).

Este hacerse visible en lo invisible, dentro de una realidad que se transforma en virtualidad, se refleja incluso en otras tendencias que van más allá de las NTC: el furioso interés por hacer, por dejarse medir y cuantificar en el trabajo múltiple, en la producción científica también múltiple, en los estudios continuos para lograr el reciclamiento que asegura una mejor colocación en el mercado del trabajo, en los viajes, etcétera. Se trata, en suma, de romper la invisibilidad a la que nos condena la sociedad virtual, o en términos fotográficos, de revelarnos.

Conclusiones

Quedan todavía otros aspectos de gran importancia a analizar en esta concepción de un mundo a domicilio, instantáneo y omnipresente, visible e invisible. Por ejemplo, el concepto de virtualidad, la noción de libertad o de individualismo, que se redimensionan a partir del impacto social de las NTC.

Por ahora quedarán sólo como asignaturas pendientes, junto con un buen número de preguntas que tendremos que ir contestando porque forman parte de los escenarios complejos que nos presenta la comunicación de fin de siglo: ¿cómo se irá integrando el uso de las NTC a los sectores más pobres de América Latina?, ¿nos estamos acostumbrando a fantasear con el ejercicio de la libertad, cuando en realidad nos limitamos a seleccionar información a partir de menús que elaboran otros?, ¿cómo están realizando las nuevas generaciones la apropiación psicológica de la nueva dimensión espacio-temporal? y, finalmente, ¿cuánto nos cuesta económica y emocionalmente llevar el mundo a domicilio?

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, Jean (1996) *El crimen perfecto*. España: Anagrama.
- BETTETINI, Gianfranco y Fausto COLOMBO (1995) *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. España: Paidós.
- CROVI, Delia (1996) *Televisión y neoliberalismo. Su articulación en el caso mexicano*. México: UNAM, FCPyS, tesis de Doctorado.
- FORD, Aníbal (1996) *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- GÓMEZ MONT, Carmen (1991) *Nuevas tecnologías de comunicación*. México: Trillas.
- MCQUAIL, Denis (1972) *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- VALENZUELA FEIJÓO, José (1991) *Crítica del modelo neoliberal*. México: Facultad de Economía de la UNAM.
- VATTIMO, Gianni (1996) *La sociedad transparente*. España: Paidós.