

5. “El misterio constituye en sí mismo el fundamento de la comunicación humana”.

ENTREVISTA A CHRISTIAN FERRER

POR DAMIÁN FRATICELLI

75

¿Cómo define la relación entre medios de comunicación y ciudad?

Todo depende de lo que quiera entenderse por “ciudad”. Los atributos más significativos de la vida urbana son el poder, el dinero y el sexo, que proponen a los habitantes todo tipo de acertijos y dilemas casi irresolubles, y los medios de comunicación resultan ser los ramales, las andaderas y los lubricantes —y el eventual consuelo— de estos tres antiguos motivos de ansiedad y descontento. Hubo quienes alguna vez imaginaron que los medios de comunicación clásicos —radio, televisión— podían mejorar moralmente a la comunidad, más allá de su rol de pasatiempo entretenido, y también hubo quienes denunciaron el rol fiscalizador de la conciencia social y política de las audiencias, lo cual supone una dosis relacional de *recepción en el sometimiento*, pero hoy, ya sumado Internet, la relación es especular, “interactiva”, es decir que el ciudadano es copartícipe cómplice del consumo que él mismo alienta y alimenta con su ejemplo existencial. Para entender la deriva de los medios de comunicación primero es preciso auscultar el estado de la moral colectiva. Un obstáculo para el análisis de esa relación lo constituye la suposición de que los medios de comunicación son *útiles* y *benefactores*, por cuanto posibilitarían, auxiliarían o potenciarían la intercomunicación humana. Pero, nuevamente, todo depende de lo que quiera entenderse por “comunicación”, es decir si se considera que su esencia tiende a la transparencia o bien al misterio. En el primer caso, el investigador está tentado por el optimismo y movilizado a detectar y denunciar todo aquello que no favorece la comunicabilidad —intereses creados, *ruido*, manipulación, dificultades de recepción, falta de ampliación del campo de operaciones mediáticas—, como si el destino de los medios debiera

asumir forma de inmenso intercomunicador telefónico. En definitiva, se trataría de *mejorar* lo existente. Pero quizás el lenguaje no se haya inventado para transmitir información sino para crear esfinges. La cuestión de la significatividad del intercambio necesita ser pensada más allá del discurso autojustificador de la época.

Y si, como dice usted, el investigador considera que la esencia de la comunicación es el misterio, ¿de qué manera debe proceder?

No sé si “proceder” es la palabra o la actitud adecuada. No hay que *buscar* misterio alguno, porque el misterio constituye en sí mismo el fundamento de la comunicación humana. El fondo de la gramática se resiste a ser objeto de captura por métodos hipotético-deductivos y la comprensión de los problemas de la comunicación exige, también, cenestesia de *instintos*, revelación onírica y adivinación de enigmas. Este dilema de la *aproximación* no es algo nuevo, es más bien antiguo, incluso antiquísimo. El desafío que plantea la comunicación es de índole somático, porque nada se comunica aunque a todo se lo invoca.

¿Cómo considera que inciden los medios en la percepción del tiempo y el espacio urbano? 76

Más que incidir se diría que formatean esa percepción en beneficio de los ideales contemporáneos de circulación, espectacularización y productividad. Que los medios hayan logrado que tiempos y espacios se *aproximen* significa que coadyuvan a coordinar el actual estado de cosas, porque la dinámica de la ciudad *globalizada*, donde se ensamblan de continuo flujos de capital con flujos libidinales, es la de la reacción en cadena, potenciándose de este modo el mundo tal cual es. Aunque el consumo de medios concierne primordialmente a vastas poblaciones que no están sumergidas del todo por la economía, a la vez quedan excluidas del mismo millones y millones de vidas sometidas por regímenes que administran regiones enormes o pequeñas, como China, Vietnam, Cuba, Birmania o Arabia Saudita. A pesar del omnipresente discurso melifluido o entusiasmado que en todos lados se pregona acerca de la horizontabilidad e interactividad de las nuevas tecnologías, la antigua figura de la pirámide sigue dando forma a nuestra imaginación política, tanto en Occidente como en Oriente. Conviene no soslayar el detalle, pues así como no necesariamente debe creerse lo que las personas dicen de sí mismas, tampoco es conveniente *comprar* lo que el discurso publicitario de las nuevas tecnologías mediáticas propaga acerca de sus inéditas potencias. Además, la mayor parte de las personas que hay en el mundo llevan adelante existencias en tiempos y espacios no del todo matrizados por los medios masivos. Si bien destrabar los obstáculos a la circulación de mensajes —o la del tránsito automotor— parece una consigna bienhechora, cabe

recordar que cien años atrás la invención del automóvil también modificó el soporte y la celeridad de la circulación humana sin cambiar por ello el lugar de destino en fábricas, oficinas y sitios turísticos adaptados al gusto del viajero por un par de semanas al año. Pero esos soportes y esa velocidad se articulaban a una trama gigante de intereses económicos y políticos.

¿Qué cambios considera que se han dado en la relación entre la ciudad y sus medios en las últimas décadas?

Hay mayor cronometración simultánea de las actividades humanas. La ciudad del siglo XIX se movilizaba al ritmo del metrónomo —por decirlo así— para coordinar los desplazamientos y las tareas de individuos móviles, pero las metrópolis de la actualidad exigen de un arte de relojería más flexible que articule los flujos de información tanto culturales como financieros en todos los hemisferios a la vez. Los medios son políglotas, o sea transculturales, es decir simplificadores, por necesidad, de la enorme riqueza de lo real. Otra cosa serían medios que pudieran abolir los usos actuales del tiempo a fin de detenerlo o disolverlo. Una segunda transformación nítida, que acompaña a la *flexibilización cultural* de la época, es el déficit de fiscalización moral de las audiencias por parte del Estado o de la Iglesia, al menos en Occidente, que antes era de rigor. El mercado global, en cuestiones de moral, es más permisivo, siempre y cuando los impulsos pecaminosos del deseo se canalicen por los andarivelles de la conducta *saludable*. Muchas veces los medios resultan ser sus solícitas azafatas.

77

¿Juegan un papel distinto en la relación medios-ciudad el diario, la radio y la televisión, de los medios de Internet como los blogs, facebook, chats, etcétera?

No son iguales, pero ya comienzan a superponerse y a cooptarse mutuamente: aprenden unos de los otros. Los une una misma *voluntad de emisión*. La época conmina a cada hombre y cada mujer, sea niño, adulto o anciano, a que se conviertan en *emisores* de información, tarea participativa para un mundo fugaz en la cual se licúa una dosis de narcisismo y otra de desesperación. Ser o estar *informado* supone que a toda persona se le estampa una *forma* entre tantas otras posibles, un estampado fallido, pues también somos *llamados* o convocados por otros *sellos de la identidad* cuya naturaleza no es de índole mediática. Resta el para qué de tanto ajetreo. Cincuenta años atrás, los radioaficionados pasaban muchísimo tiempo —tanto como el devotado hoy por millones de personas a las computadoras— tratando de captar las emisiones de un congénere remoto, y cuando lo lograban el mérito parecía haber residido en el *hacer contacto* en sí mismo. Como se sabe, la excitabilidad forma pareja con la novedad. Por ahora el despliegue del mundo mediático, que se parece más a

una voluntad de poder que a una red, está alcanzando la cresta de la ola. Del porvenir de este desarrollo poco podemos conjeturar. A veces el futuro cambia por completo las intencionalidades y los usos.

¿Qué investigación tiene actualmente asentada en la universidad?

Se trata de una investigación sobre los efectos de la modernización tecnológica sobre la vida cotidiana y la imagen social del cuerpo. A saber sobre los vínculos entre tecnología e industrias del cuerpo; entre tecnologías de la seguridad y temores sociales; entre publicidad y tecnologías del confort; entre información periodística y difusión de nuevas tecnologías; entre profecías tecnológicas e imaginación futurista. Intentamos dar cuenta de la mentalidad que acompaña la introducción y consumo cultural de nuevas tecnologías, y asimismo relevar la producción social de discursos sobre las novedades técnicas a través del análisis de medios, publicidades gráficas, debates públicos y noticias periodísticas *sintomales*. La intención es contribuir a la comprensión de la constitución de la técnica como horizonte simbólico *deseable* en la imaginación colectiva.

78

Por último, le pedimos que recomiende un libro de los últimos que haya leído.

The World I live in, la autobiografía de Hellen Keller, una mujer a la cual una grave infección dejó sorda y ciega al año y medio de edad, antes siquiera de disponer de entendimiento del lenguaje, y a la cual una maestra enseñó, cuando ella ya tenía siete años, a comprender el mundo. Es la historia de una lucha cuerpo a cuerpo entre un ser salvaje que nada entendía del mundo y una maestra a la cual le faltaba la mitad de la visión. Es un libro acerca del enigma de la comunicación.