

7. La nube es el mensaje

ENTREVISTA A ROBERTO IGARZA

POR DAMIÁN FRATICELLI

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada
Año IV, # 9, Primer semestre 2013
Buenos Aires ARG | Págs. 102 a 107

Roberto Igarza es graduado de la Lausanne School of Engineering (Suiza) y doctor en Comunicación Social de la Universidad Austral (Argentina). Docente de posgrado en la UBA (FCE), Universidad de San Andrés y Universidad Nacional de Rosario, donde dirige el Programa de Investigación en Educación Ubicua. Profesor invitado en diversas universidades latinoamericanas. Dirigió numerosas producciones editoriales y audiovisuales, producciones interactivas y de televisión enriquecida por Internet. Fue director del Observatorio Mundial de Televisoras Educativas y de Descubrimiento (París). Entre sus publicaciones más recientes se destacan *Estrategias de Convergencia* (La Crujía, Bs. As., 2008), *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural* (La Crujía, Bs. As., 2009), y *Nueva Agenda para el fomento del Libro y la Lectura* (UNESCO, Bogotá, 2013), junto con otras publicaciones en colaboración entre las que se encuentran *No seamos ingenuos. Manual para una lectura inteligente de los medios* (Aula XXI, Santillana, Bs. As., 2008), *La cuarta pantalla* (Ugerman, Bs. As., 2008) y *Las formas de conocer en la era 2.0* (Informe de Desarrollo Humano, PBA, 2011). Dirige la Colección Futuribles en Editorial La Crujía. Es miembro de la Academia Nacional de Educación, donde preside la Comisión de Educación y Medios.

102

1. En *Burbujas de Ocio* observás que con las tecnologías móviles de comunicación se produce una reconfiguración de los tiempos muertos urbanos, esos tiempos que antes se usaban para desplazarse o eran tiempos de espera no productivos, ¿cuáles serían los cambios principales que se darían en esas *micropausas*?

Las megalópolis, de las que tenemos múltiples ejemplos en Latinoamérica, representan una forma de convivencia que supone una nueva relación con la otredad, una redinamización de las formas de reconocimiento y discriminación de las identidades, un vínculo diferente entre lo propio y lo ajeno, un debilitamiento del procomún (modelo de gobernanza del y para el bien común), un ahucamiento en el rapport de las personas con el medio (más pasaje y transición, que contexto), y un entramado comunicacional distinto y más intenso. La configuración post-urbana, aquella que quiebra

las estrategias de zonificación creadas en el siglo XIX (aquí se produce, aquí se divierte, aquí se duerme), es causa y efecto, ambas cosas al mismo tiempo, de un cambio en la unidad temporal que una mayoría de la población emplea para medir su competitividad, exigir comportamientos sociales y económicos por parte de los demás, y evaluar sus propios resultados. La ciudad ha multiplicado los tiempos “muertos”. Pausa a los ciudadanos intempestivamente, con una frecuencia creciente, como consecuencia de un agotamiento generalizado de los sistemas básicos, de gestión administrativa, hospitalaria, asistencial, financiera. En algunos casos, es un colapso más o menos evidente. En ese contexto, existiendo los canales comunicacionales que permiten estar en contacto permanente con el sistema cultural-mediático a lo largo de todo el día, la necesidad de permanecer en estado de alerta ante lo imprevisible y la elevada competitividad que rige la economía de los servicios, propia de las grandes ciudades, potencian el valor de la tecnologización del nomadismo. El resultado está a la vista. Los contextos pierden significación. El ciudadano se vuelve siempre-usuario, apila las funciones sociales y solapa las actividades sin importar el contexto. En la sala de espera del consultorio médico, hecha mano a su dispositivo móvil y realiza más o menos las operaciones comunicacionales y productivas que realiza durante el trabajo, durante el trayecto del trabajo a casa, e incluso mirando televisión.

2. Vos también señalás que las nuevas tecnologías traen un continuum comunicacional entre el sistema productivo, el de la comunicación interpersonal y el cultural mediático, ¿cómo afecta esto al ocio y la vida privada?

Ante el sistema, en el que cohabita lo holóptico y lo panóptico, el ciudadano pasa la mayor parte de su tiempo “visible”. Desde que su móvil está encendido, sin importar situación o actores sociales, el ciudadano dispone de cada vez más herramientas para disminuir los costos de la imprevisión y de la improvisación. Poder bifurcar en todo momento con un costo asequible, que no le quite competitividad económica. Si no es posible anticipar, al menos evitar elevados costos en términos culturales y sociales. No quiere perderse en el entramado urbano sin “estar informado acerca de” o estar atento a “lo que sucede en”. La pérdida de contacto es considerada una disminución en sus condiciones de sociabilidad. Un estadio anecoico, aun siendo provisional, podría ser considerado como un pasaje de discapacidad temporal. Estar atento a la oficina de manera remota, incluso en vacaciones, o mantener la comunicación interpersonal mediante contactos intermitentes insertando “pruebas” de existencia,

son formas alternativas de subsistencia. La tecnologización del nomadismo es, por un lado, fruto de la elevada competitividad y de un estado de agitación exacerbado por las condiciones ambientales, en especial, por el apuramiento psico-socio-comunicacional que procura compensar las disfunciones del sistema, y por otro, producto de las formas actuales de “aburrimento”, vinculadas especialmente con la multiplicación de fisuras en un sistema que se ha vuelto una factoría de fallos temporales. Las micropausas, deseadas o no, se multiplican. Los intersticios se saturan de intercambios, sin respetar las fronteras de lo público y lo privado, lo profesional o lo particular. Solo nos queda reivindicar una distancia prudencial, que no es volverse sordo ni mudo. Si no hay más remedio, recuperemos cierto goce en la pereza. Quien sabe, tal vez, eso nos regrese a la contemplación.

3. Los medios de comunicación masiva significaron una expansión del espacio urbano. Por la radio, por ejemplo, uno puede escuchar una noticia sobre la ciudad en medio del campo, ¿los nuevos medios o hipermedios traen algo nuevo a esta expansión del espacio urbano o significan una continuidad?

Durante la década pasada tomamos conocimiento que, por primera vez en la Historia de la Humanidad, las personas habitando las ciudades eran más numerosas que los habitantes de los espacios rurales. Este desequilibrio tiende a acelerarse. Por otra parte, tiende a engrosarse la “generación global” (Beck, 2008), sujeto proactivo de una modernidad cuya globalización se intensifica, más allá de las mesetas aparentes. Las categorías universales para identificar los cambios generacionales no son instructivas. No existe una forma de identificar de manera exclusiva una persona con una generación mediática. Como señala Neil Howe, la relación de las personas con una o más generaciones está determinada por valores y comportamientos, por la historia compartida y, en gran medida, por la percepción que tiene la persona de pertenecer a ella. Así como no responde, o al menos no solamente, a una segmentación etárea, tampoco responde a una división urbano-rural de manera directa e inequívoca. Hace tiempo, tal vez desde siempre, la cultura mediática embarga la cultura urbana. Aunque no sean intercambiables, su vínculo es más biunívoco que direccional. Esta civilización mediática ya no distingue fronteras. Los canales abiertos de programación local son escasísimos. Las radios de proximidad, que conviven no sin tensiones en un espectro caotizado, son el único anclaje. Por el resto, la ciudad es la gran protagonista del prime time, pero también de la tarde, de las mañanas cocineras y de los marginales nocheros.

4. En los viajes que has hecho, ¿notaste alguna diferencia en la manera en que nuestras ciudades se relacionan con los nuevos medios y cómo lo hacen las ciudades de otros lugares del mundo?

105

Dice George Amar en su libro *Homo Mobilis* que la nueva era de la movilidad implica al ciudadano en nuevas formas de relacionamiento con el medio. Los tiempos de espera y los tiempos de desplazamiento adquieren un valor social, cultural, económico y hasta político, que antes no tenían. El ciudadano, sobre-equipado, se vincula con la ciudad desde otro lugar. Hace uso de un estatuto socio-comunicacional que redistribuye los consumos culturales a lo largo y a lo ancho de la urbe, que dinamiza los tiempos “muertos”, define en gran parte los factores que intervienen en la toma de decisión acerca de los riesgos, y las formas que adquiere tanto la convivencia próxima como remota, ya sea con los demás sujetos como con los objetos comunicantes que tienden a multiplicarse. Estos fenómenos no eluden ningún contexto urbano. Hay muchas ciudades en la ciudad, pero todas ellas están concernidas por este fenómeno. Las rematerializaciones de los contenidos en múltiples plataformas están cada vez más connotadas por los accesos a “la nube”. Ya lo había anticipado Jeremy Rifkin en “La del acceso”. Por otra parte, ese proceso de desmaterialización-rematerialización acabará más temprano que tarde en un ciclo de inmaterialización, una desvinculación plena del soporte. Nada reside en la máquina del usuario. Más aun, nadie sabe dónde reside. Todo flujo e intercambio. Lo que antes era consumido en la intimidad, ahora es atravesado por lo social. Las figuras utópicas del holoptismo se entreveran con las figuras borrosas del panoptismo. Mientras tanto, comunicar sigue siendo compartir. Ahora, la nube es el mensaje.

5. ¿Cómo caracterizarías la relación que existía entre los medios masivos de comunicación y sus audiencias antes de la aparición de los nuevos medios?

Los medios trasladan imaginarios. Los expanden o reducen. Las audiencias han soportado la reducción durante décadas. Por ejemplo, la extinción del periodismo de proximidad a manos de lo extraño y lo diferente. Al mismo tiempo, la percepción de que los medios no estaban a la altura de las circunstancias. La narración opacó lo argumentativo. La era de la argumentación llegó para quedarse. La visión del modelo autoritativo llevó a una pérdida de significación vinculada con una fisura entre la agenda de los medios tradicionales y los intereses de sus públicos, por un lado, y a desestimar los tiempos de las audiencias, por otro.

6. Y cuando aparecen los nuevos medios, ¿qué cambios se dan en la relación entre los medios masivos y su público? ¿Existe un mayor feedback y fragmentación? ¿Cómo los afecta?

Desde que la Sociedad se descubrió como Colectivo de Minorías, los medios han tratado de diversificar su producción. De hecho, de manera muy selectiva, más se multiplica la oferta de nicho, más tenemos la sensación de que hay algo más preciso y pertinente que lo que estoy viendo, escuchando o leyendo. Imaginarios más restringidos, cosmovisiones sustentadas en códigos muy especializados, casi crípticos. La desintegración del reino de Su Majestad La Mayoría, nos introdujo en una situación nueva e irreal. Por una parte, para cautivar tantas minorías hizo falta tantos productos de nicho, los que, por cierto, nunca en la historia de la Teoría de la Larga Cola, han conseguido convertirse en la oferta que se esperaba. Nunca se produjo tanto como ahora, pero la falta de visibilidad y contacto de esos productos por parte de sus potenciales públicos es notoria. Aun así, la situación es más gravosa para el starsystem. No hay diva o divo que no haya perdido puntos frente a los productos de nicho. Divas y divos que han dejado atrás la mitad de sus audiencias, merodeando en un universo compuesto por una miríada de productos. Por otra parte, este fenómeno de minorías debilitó el mensaje en la misma medida que empoderó las audiencias. El problema reside en que no se advirtió, o no en el momento adecuado, que los públicos no se conforman con productos de nichos. La autocomunicación de masas según la definición de Castells, enfrenta el sistema vertical, unívoco y unidireccional de los medios tradicionales. El sistema multipolar lo penetra. O mejor dicho, se interpenetran. Un nuevo modelo en forma de T invertida. Lo vertical intersecta lo horizontal en algún punto. Por mirar televisión no abandona otras formas de consumo, sobre todo, aquellas que le dan socialidad. Los televidentes-usuarios expanden el consumo horizontalmente, en búsqueda de confort social, de acomodarse en la recepción compartida de manera mediatizada.

106

7. Frente a la crisis que vive el sistema de medios y la publicidad vos proponés que se desarrolle un dispositivo técnico semiótico que articule medios masivos y nuevos medios, ¿podrías desarrollarnos la idea?

La situación se agrava para el modelo tradicional. Lo que ocurre con sus audiencias requiere una reinterpretación del rol de los medios. Las operaciones de mediación deben ser revisadas teniendo en cuenta que, si no se hace nada, el tiempo de exposición a la publicidad, a la marca o el mensa-

je, se verá afectado por un consumo solapado de contenidos. La suma de los fragmentos de atención no da el mismo resultado, sobre todo cuando la fragmentación por unidad de tiempo es cada vez mayor.

Se sale de la crisis con más pertinencia. Sabemos que la individuación se realiza por fuera de las plataformas tradicionales. Ver tv fuera del televisor implica una cadena de valor modificada, con nuevos y viejos jugadores. En todo caso, otra distribución de la atención del usuario y de los ingresos entre actores sociales. Las nuevas plataformas lo facilitan. Las personas dominan mejor su tiempo gracias a las facilidades que les ofrecen. Anywhere, anytime. Pero simultáneamente, esta gestión desalinea los intereses. Salvo que la sincronización de los dos dispositivos alcance un nivel que permita ajustarse mutuamente, o por el momento, ajustar lo que ve en la segunda pantalla (second screen, la más pequeña), a lo que es difundido en la más grande. La pertinencia solo puede provenir de la más pequeña en sincronía con la más grande. Al mismo tiempo, lo más probable es que se inviertan poco a poco los roles. El contenido connotaba lo social, ahora tiende a ser la inversa.

8. Según tu experiencia de investigación, ¿cuáles serían las líneas de investigación que hacen falta desarrollar para comprender la relación del nuevo sistema de medios y sus efectos sobre la vida urbana?

Las nuevas acepciones de ubicuidad. Un concepto que requiere una resemantización.

9. ¿Qué investigación estás realizando actualmente?

Justamente, en cómo influye esa resignificación de actores sociales, contenidos y contextos en los procesos de apropiación, más concretamente en los procesos de enseñanza, y en sentido más amplio, en las operaciones de didactización comprendidas en las mediaciones.

10. ¿Podrías recomendarnos un libro de los que hayas leído últimamente?

“El intruso” de Jean-Luc Nancy (editorial Amorrortu), breve texto en el que filósofo francés describe su relación con la naturaleza, interpela la condición humana sobre las capacidades adquiridas para “alterarse”. Ser humano, vital, “desnudado y sobrequipado”, intruso en el mundo como en sí mismo. Esto lo digo yo: para beneficio de la Humanidad, seguiremos siendo un misterio, en todas las acepciones del término.