

Cultura, comunicación e novas tecnoloxías

Fermín Bouza

(bouza@ccinf.ucm.es)

Próxima publicación CCG (Consello de Cultura Galega)

Introducción ao tema

Nestes últimos tempos, e aínda antes, teño publicado algúns traballos centrados en todo ou parte no tema que aquí me trae[1], e a eles remito aos máis interesados, pois estes traballos están dispoñíbeis na miña páxina Web[2]. Digo isto porque no tema crúzase as cuestións que máis me interesan e moven nos últimos anos: a mentalidade medieval e posmedieval fronte ao novo mundo moderno, internet, os cambios cognitivos, as novas tecnoloxías, e os cambios culturais que pulan por todo iso ou que son pulados por iso. A esas páxinas remito aos interesados en afondar nalgúns dos temas que vou ir enunciando. As relacións entre cultura e ciencia son un fermoso tópicos dos historiadores da ciencia que conxectura moitos problemas de grande interese, e moitas incógnitas (que pasou na idade media para que a ciencia non andara moito –nin pouco, case–). E a relación cultura/tecnoloxía e dependente da máis ampla de cultura/ciencia. Pero a industria da comunicación (e a información, e o coñecemento, por recordar a Bell) crúzase á súa vez entre tecnoloxía e cultura, cambiando o uso e a estrutura dunha e doutra. Unha tecnoloxía baseada nas necesidades de acumulación e tratamento da información, e por iso nas necesidades dunha nova comunicación, e unha cultura que ten nas novas formas de comunicación unha compoñente central.

Clases e medios de comunicación

Dende o meu punto de vista, o século vinte ten dous acontecementos cruciais para entender o que agora, xa no século vinteun, chamamos novas tecnoloxías de forma quizais excesiva ou reiterativa. O primeiro deles é a fractura da estratificación social decimonónica, con dúas clases centrais na teorización de Carlos Marx, a burguesía e o proletariado, que conviven na sociedade industrial cos labregos e os aristócratas, e quizais algúns estratos intermedios de funcionarios e pequenos comerciantes. A partir da segunda metade do século vinte pódese dar por consolidado en Europa e o Norte de América o proceso de formación das clases medias e outros estratos e clases emerxentes. Dalgún xeito pódese dicir que a multiplicación de estratos marca un intre de despolitización da política, enténdase o paradoxo: un intre no que os referentes de clase das dúas grandes opcións políticas (o conservadorismo e o socialismo nas súas varias verquentes para ambas dúas opcións) disólvense en variados estratos. Este é o primeiro acontecemento sociolóxico. O seguinte foi a revolución mediática (que máis adiante incluírá o Internet e as tecnoloxías telefónicas móbiles, entre outras cousas). A partir da televisión, e a multiplicación da prensa de masa e da radio, falamos xa dun mundo novo, sobreinformado, fragmentado, no que o aparato de televisión veusustituir xa á cheminea do fogar e/ou do salón-comedor. O televisor (antes a radio) ocupa ese sitio do lume eterno do fogar, o lugar das miradas, e crea un espazo visual novo no que as miradas interactivas (cara a cara) fanse máis verticais cara ao aparato: a comunicación face to face perde intensidade e emerxe unha nova mediación entre as consciencias. Non será irrelevante. A comunicación cara a cara vai ser un dos damnificados pola mediatización das conversas: a axenda mediática vai ocupar o lugar dunha certa axenda propia menos dependente das mediacións tecnolóxicas (se ben mediada tamén por outras cousas). Pero a comunicación cara a cara non só vai a estar mediatizada, senón que en si mesma é posíbel que teña deixado de ser un elemento tan central da interacción humana constitutiva da conciencia social ou da “acción social” (aquela acción orientada polo outros), por citar a Max Weber e a súa concepción da socioloxía como desvelamento do significado de tal acción. A chamada interacción social vai ter novos referentes mediadores nos medios, que van cambiar o carácter de tal mediación e van intervir eles mesmos na interacción de xeito novo e decisivo. Aí hai encerrados importantes cuestións sociolóxicas e filosóficas.

O poder dos medios enténdese como tan inmenso que paseniño vai callando a idea (anterior á mesma multiplicación dos medios) de sociedade–masa, que vaise facendo equivalente a sociedade mediática, pois se considera que os medios de comunicación son os responsábeis da desaparición dunha auténtica Opinión Pública. As teses de Habermas ao respecto son concluíntes[3] . Xa expresei en varias das publicacións citadas o meu absoluto desacordo coas avaliacións de Habermas, que son parte dunha certa mitoloxía sobre o que sexa a Opinión Pública que o mesmo Sartori comparte. De sempre e para sempre o que chamamos Opinión Pública e un composto de supostas “impurezas”, se me permiten a ironía: anacos de cousas non sempre santas, entre outras máis pensadas ou matinas. Pero é o que hai: ninguén é perfecto, claro, tampouco a Opinión Pública.

Temos unha Opinión Pública na que os medios de comunicación, efectivamente, teñen un importante papel na súa xénese, pero iso non quere dicir que non sexa Opinión Pública. Sen embargo, parece certo que a entrada da TV na vida social vai levar de seu cambios substanciais. O máis evidente é, probabelmente, o cambio de uso do tempo libre, que se vai encher de televisión.

Pero o máis transcendente pode ser o cambio do discurso político. O formato televisivo, sintético e sinxelo, vai sumarse á redución do discurso político que as propias clases medias propician disolvendo unha boa parte do discurso histórico “de clase”. Así, esa suma de fragmentación social e de formato mediático (sobre todo o formato televisivo), vai facer do vello discurso político unha peza de museo que agora, renovado, está feito de enunciados breves e leves, que ás veces dan unha idea lamacenta da política, coma se xa non houbera intereses ideolóxicos nin materiais demasiado claros (o filósofo Herbert Marcuse falou no seu momento, en *O Home Unidimensional*, dun universo así, marcado pola uniformidade unidimensional do mundo das ideas). Pero Marcuse esaxeraba un chisco, aunque apuntaba un problema ben real.

Estes fenómenos do cruce entre medios e política van propiciar os estudos de Political Communication, como un xeito de analizar cientificamente as consecuencias dese cruce e/o a forma de aproveitalo para introducir cambios eficaces no discurso político (esta segunda opción achégase así ao marketing político, que axiña vai ser parte decisiva da política nos países avanzados). A Comunicación Política vai incluír a tradición das análises dos efectos dos medios de comunicación (a TV sobre todo), pero máis centrada na política. Teorías coma a Espiral do Silencio, a Agenda–Setting ou o Knowledge Gap, entre outras, van explicar con certa ambición ou/e eficacia o novo mundo da influencia política ou cultural dos medios.

A todo elo súmase a transformación (polos mesmos vieiros da fragmentación social) dos vellos partidos políticos de masas en partidos de xestión, máis ocupados nesa xestión (ás veces só burocrática) dos intereses por eles representados que en calquera espallamento ideolóxico que puidera facernos recordar os vellos tempos da confrontación aberta. Pese a eso, as ideoloxías non desapareceron: mascariñábanse tras do discurso da xestión eficiente. A fin ou crepúsculo das ideoloxías (Bell, ou o seu epígono español Fernández de la Mora) nunca se cumpriu de todo, tampouco a fin da historia (Fukuyama). Pero a TV estaba cambiando o formato do discurso político, e cambiándoo, tamén cambiaba algo da política. O formato ou molde televisivo facía emerxer unha nova forma de falar do mundo político que sorprendeu a todos polas súas simplificacións, en comparanza co discurso histórico. O último xiro hispano dese proceso e a aparición de programas políticos (59 segundos, en TVE1) cun formato semellante aos programas rosas, onde os políticos manteñen unha rápida e tensa relación, moi periodística, e transfórmanse por momentos en personaxes de programas do corazón (político, neste caso). Esta é unha observación do coñecido analista político Javier Pradera (*La SER, EL País*) que coincide coas miñas observacións (sobre todo nos foros de Internet) dun formato rosa para debates políticos: os rapaces falan de cousas políticas e parapolíticas co mesmo xeito de falar dos programas rosas. Este formateo rosa da política podería chamarse algo así como “A Política–Corazón”. É un dos fenómenos emerxentes máis curiosos e dignos de estudio.

A revolución cognitiva

Por se a fragmentación social e a revolución mediática fose aínda pouca cousa, a confluencia da lóxica

matemática (Russell, Frege...), a Física, a Matemática, a Psicoloxía e outras tradicións de investigación, nun punto que vai ser caracterizado polo adxectivo “cognitivo” e o substantivo “cognitivismo” (véxase o artigo citado ao comeza sobre os “Giros metodolóxicos...”), vai levar, a través do Mito Frankenstein, á cuestión da Intelixencia Artificial e dos ordenadores. Finalmente, a cuestión da acumulación de coñecemento vai ter unha solución extraordinaria nos discos duros dos ordenadores. Entramos de cheo na era dixital, na sociedade da información, e no Mundo–Rede: Internet, a rede de redes, vai levar o proceso de acumulación de información a un punto novo: a facilidade para o seu transporte e distribución. A Globalización ou Mundialización, que xa anunciara Tönnies, está servida. E con ela unha morea de transformacións culturais en cadea que van por en cuestión o vello mundo estábel de crenzas, países, lindes ou fronteiras. Unha cultura global, baseada no intercambio de símbolos e cousas, e no seu consumo, aparece unida á revolución tecnolóxica.

A revolución cognitiva cambia outra vez un mundo xa medio crebado pola fragmentación de clases e a revolución mediática. A entrada no século XXI vaise facer desde estas novas perspectivas.

Unha cultura para un tempo novo

É evidente que as tecnoloxías foron tan rápido que a nosa cultura tradicional foise quedando atrás no proceso e hoxe andamos coa punta dun dedo do pé tocando o mundo novo e co resto do corpo no vello mundo. Entramos nun deses momentos históricos nos que as novas tecnoloxías desbordan á cultura e crean esa incerteza de non ter instrumentos mentais para interpretar o que nos pasa e o que pasa no mundo externo. Xa na saída da Idade Media pasou algo así, se ben daquela foi a economía a que se nos escapou ao control cultural, e vivimos moitos anos e séculos cunha cultura medieval mentres as vangardas económicas e políticas entraban nunha nova era. Agora son as novas tecnoloxías as que nos fan ficar tras elas, un pouco abraizados pola velocidade dos cambios e sen poder construír unha resposta cultural eficiente. A cultura forzosa que vai cos cambios preme sobre a cultura tradicional, e nesa tensión vivimos. Esta diferenza entre a cultura que a revolución tecno–cognitiva vai creando, e a vella cultura, debe estar na base de moitos conflitos políticos (os diversos fundamentalismos regresivos) a ata persoais (a soidade urbana e ata os crimes de xénero). Recompór unha certa estabilidade cultural axustada aos novos tempos pode ser un bo obxectivo individual e institucional, porque encher de nova cultura esa fenda histórica é unha necesidade perentoria para o home deste século, un pouco perdido na marea das augas novas.

[1]“Individuos, masas, colectivos, públicos”, en Escuela de Noche (Revista sobre la creación literaria de la Escuela de Letras), nºs 11 y 12, Madrid, 1994, pp. 88–102.

“Tendencias a la desigualdad en Internet: la brecha digital (digital divide) en España”, en Tezanos, J.F., Tortosa., Alaminos. (2003) Tendencias en desvertebración social y en políticas de solidaridad. Madrid: Ed. Sistema, pp.93–121.

“Giros metodolóxicos y nuevo sujeto digital en la investigación científica”, publicado en el nº 2, segunda época, de Recerca, Castellón, U.Jaume I, pp.37–46, 2003.

“Innovacion tecnologica y cambio social”, publicado en el libro–homenaje a José Luis Sequeiros Las encrucijadas del cambio social, pp.85–97, CIS, 2002.

“Conceptual Communication: Misadventure of a clear and distinct concept –Public Opinion–”, 2º INTERNATIONAL SYMPOSIUM COMMUNICATION IN THE MILLENNIUM: A DIALOGUE BETWEEN TURKISH AND AMERICAN SCHOLARS, Ed. Istanbul University, 2004, pp. 981–988.

“The Impact Area of Political Communication: Citizenship Faced with Public Discourse”, International Review of Sociology—Revue Internationale de Sociologie, Vol. 14, No. 2, 2004, pp.245–259.

[2] (<http://www.ucm.es/info/socvi/BOUZA/NUEVA1/index.html>)

[3]Habermas, J. (1994). Historia y crítica de la opinión pública,Barcelona, Gustavo Gili. (ed.or: 1962). Traducción de A. Doménech y R. Grasa.
