

Vivir en telópolis

POR **RAMÓN ZALLO**

El libro de Javier Echeverría Telópolis (1) es un ensayo ameno, irónico, inquietante, reflexivo y de imprevisible lectura sobre algunas de las cuestiones que el siglo XXI nos va a deparar. Telópolis es menos la descripción de los mecanismos de funcionamiento de la sociedad del mañana como proyección a futuro de algunas tendencias y fenómenos del presente. No es un trato sobre la organización social con basamento histórico (Montesquieu), o inductivo (Maquiavelo) o de lógica teórica (Rousseau), o profético (Naissbitt, Masuda). Es un ensayo proyectivo.

El autor -filósofo, matemático, especialista en historia de la ciencia, catedrático de la Universidad del País Vasco e inédito fabulador- nos describe los entresijos de una sociedad imaginaria e hipercomunicada, en la que los medios de comunicación estructurarían todo el funcionamiento social -desde la economía a la política pasando por lo cotidiano, el trabajo, el conocimiento, el turismo, las relaciones sociales o la cultura- y la somete a una crítica comprensiva, de la que salva su pluralismo y capacidad integradora, y de la que critica los riesgos de anulación y pasividad el individuo. Telópolis puede convertirse en una telecracia (la anulación de lo privado) o una tele-acracia (si las redes las ocuparan las comunicaciones horizontales de los telepolitas, haciendo valer su presencia ante el poder).

Echeverría nos proyecta hacia un planeta que ya es una sola y desigual ciudad en la que los barrios son las actuales naciones, donde la geografía es desplazada por las completas redes de comunicaciones, las calles son los medios de comunicación, el ágora -el espacio público- es la pantalla, y los hogares los centros y terminales desde donde se trabaja, se divierte, se opina, se producen telemercancías -el ocio y el consumo devienen productivos-.

Telópolis es tan complejo en sus relaciones que nadie conocería ni controlaría su globalidad. Todo gira alrededor de la información y la comunicación. Si alguna vez se viaja es para grabar imágenes, una fiesta lo es si se fija en un soporte visionable, la acción pública se transforma en puro espectáculo y los sujetos (políticos, predicadores, sindicalistas, industriales, profesores...) mudan en actores en busca de tiempo de pantalla. Toda actividad es inmediata hasta el punto de que lo real es lo visionado y es significativo en función del número de televidentes. Las encuestas desde una sociometría avanzada sustituyen a la opinión pública e individual. No se necesita salir de casa porque la telemoneda, la teleeducación, la telepolítica, la telecompra, el teletrabajo... son ya los modos de relación. La experiencia vital ya es vicaria de la televisión.

El espléndido y conciso libro de Echeverría da juego para muchos interrogantes y varias tesis a debatir sobre el modelo de sociedad.

LA CULTURA EN TELÓPOLIS

El autor defiende el carácter intercultural y plural de Telópolis. Aunque se mantendría la diferencialidad de las culturas de los barrios (naciones), los individuos, en su libertad, podrían elegir entre ellas. Es más, las culturas actuales -barriales/nacionales- serían más homogeneizantes que Telópolis.

Sin embargo, la argumentación utilizada sirve también para defender lo contrario, puesto que las culturas locales actuales, ya mestizadas, abiertas y en permanente construcción, también tiende a institucionalizar el pluralismo cultural o subcultural. Es más, esta hipótesis es más plausible que la de Telópolis. Si se acepta que las redes pueden configurar el conocimiento, la percepción y los valores dominantes, algunos tendrán interés en dominar las redes del inmenso mercado que estaría en juego. Una cultura estándar de uso planetario correspondería mejor a ese intento de uniformación -barata en costes, lujosa en resultados y más controlable-, que haría que Telópolis no fuera la diversidad comunicada sino más bien la uniformidad adaptada.

EL INDIVIDUO TELEPOLITA

La Telópolis que describe Echeverría tiene su base jurídica en el respeto al individuo pero sus bases económicas se centrarían en los colectivos, los grandes números, los amplios mercados. Ahí es donde el autor ve los mayores problemas de anomia social y de manipulación, y apunta la posibilidad liberadora que el teléfono (comunicación bidireccional) y, sobre todo, el correo electrónico (red voluntaria y compartida de intercambio) supondrían frente al modelo claustrofílico y pasivo de la televisión.

En mi opinión el texto contiene un cierto determinismo tecnológico como ya ocurriera con Bell, Gorz o Enzensberger. En primer lugar, ¿sólo hay individuos? Han desaparecido en el texto o no son relevantes los vestigios de sociabilidad primordial (¿no hay núcleos familiares de algún tipo? ¿No hay ámbitos de sociabilidad en cada comunidad cultural?) o de grupo social (¿clases?, ¿estratos?, ¿grupos socioprofesionales? ...) o de intereses y convicciones (¿partidos?, ¿ideologías?). ¿Es pensable una sociedad así? Hay una pregunta muy elemental. ¿De dónde emerge entonces el impulso de comunicarse con otros mediante el teléfono o el correo electrónico?

En segundo lugar, es muy lineal identificar los sistemas de comunicación unidireccionales (radio, televisión) con manipulación y pasividad, y los bidireccionales (teléfono, visiófono, correo electrónico) con sociabilidad y respeto al individuo. Lo cierto es que ninguna tecnología comunicativa se ha estabilizado en la idea inicial (la prensa nació como diario de avisos comerciales; el fonógrafo y el tocadiscos, como dictáfono; el cine como herramienta de registro -como la fotografía- y memoria; la radio para la comunicación militar; el primer uso del teléfono para la escucha unidireccional de la música...) ni sus modelos actuales de programación y uso se han definido de una vez por todas. Por otra parte, siendo

unidireccionales la prensa y el libro, siguen siendo los espacios más analíticos y libertarios. En definitiva, el sistema de medios no crea a la sociedad sino que es más bien un producto del modelo social y político, que reproduce y, en parte, regula. Se exagera habitualmente sobre la influencia de los medios. Los medios no pueden sustituir a lo real. Los humanos necesitamos experiencias, el contacto con la materia y las personas. La convivencia no es reemplazable por un televisor.

¿Y EL ESTADO?

Aunque no aborda las formas de poder político de la ciudad-mundo. Echeverría pronostica la desaparición de los Estados-nación, aunque no define el modelo de poder, ya se llame Estado-mundo o de otro modo, que le sustituiría. Parece improbable que ese Estado confíe el funcionamiento del sistema a las redes, sin recurrir a formas de coerción (¿y las disidencias?) y de legitimación (¿por qué votar entonces?). ¿Qué es lo que mantiene integrada social y políticamente esa sociedad? Quizás sea tema para otro libro de Echeverría.

LA ECONOMÍA TELEPOLITA

Es la parte más discutible. La tesis es muy parecida a la que defendía Dallas Smythe en 1977 y que algunos criticamos en algún trabajo (1988). La idea básica en Telópolis es que el tiempo de ocio se transforma en tiempo de trabajo (el consumo produce valor capital) merced a la generación por los televidentes de una mercancía (audiencia) que es vendida por los medios a los anunciantes o a los personajes famosos.

Lo cierto es que lo que ocurre en el tiempo de pantalla es explicable por procedimientos menos sofisticados e imaginativos, como una fase preparatoria de un consumo orientado por la persuasión en una época de profusión de productos que necesitan diferenciarse para competir. Vender mercancías es más complicado que producirlas, lo que obliga a un gasto improductivo enorme de las empresas que será compensado por las grandes demandas. Pero el fundamento del valor está en la producción -material o inmaterial- y en la creación.

Si bien es patente que una parte creciente del PIB es producción inmaterial (tan mercancía como un objeto material), también lo es que el sistema económico se sigue basando en una profusa producción material que lo fundamenta. Dicho de otro modo, la sociedad posindustrial o de la información no sustituye a la sociedad capitalista, sino que el capital encuentra nuevas áreas de rentabilización (información). La información se convierte también en capital y poder, no los sustituye.

Precisamente porque invita a estos debates, Telópolis es un libro más que notable. Absolutamente sugerente.

(1) Javier ECHEVERRÍA. Telópolis. Editorial Destino. Barcelona, 1994.