

La movilidad: quietos a la velocidad de la luz. Apuntes críticos¹

Jorge Luis Marzo

El período original de la tecnología pública, bien ejemplificado en el tren y en la iluminación eléctrica urbana, fue desplazado en los años 20 por un tipo de tecnología para la que aún no se ha encontrado un nombre satisfactorio: sirve para una forma de vida a la vez móvil y centrada en el hogar, una forma de privatización móvil. (Williams, 1975:26)

Los análisis que Raymond Williams hiciera de las transformaciones sociales producidas por la simbiosis entre ciudadanos y tecnologías le llevaron a establecer en los años 70 un patrón genérico aplicable a muchos de los comportamientos sociales y usos personales de las máquinas con las que se rodeaban los individuos: la movilidad. El coche, la radio portátil, el walkman, el teléfono móvil, la cámaras, los PC portátiles, los utensilios personales mecanizados, incluso las prótesis correctoras; todo ello nos acompaña allí donde vamos. Tenemos medios diseñados especialmente para actuar en la ubicuidad del individuo moderno, pero también tenemos medios que crean por sí mismos la ubicuidad cuando estamos en casa: la televisión, la radio o Internet nos permiten desplazarnos instantáneamente a lugares y a espacios virtuales, en la medida que son inaccesibles físicamente. Las tecnologías son esencialmente ventanas, y cómo tales nos asomamos a ellas para satisfacer nuestros deseos y necesidades de sociabilidad, conocimiento y referencialidad.

¹ Para contextualizar mejor este texto, ver Marzo, J. L. (2003), *Me, Mycell and I. Tecnología, movilidad y vida social*, Fundació Antoni Tàpies, Barcelona.

Sin embargo, Williams, al escribir esas palabras, no había conocido todavía el walkman, el móvil, el busca o el correo electrónico. Hablaba teniendo en mente un tipo de medio acotado al hogar, al trabajo o al ocio. Las cosas han cambiado, pero no tanto como nos intentan hacer creer. Y el ejemplo más evidente es que la mayoría del marketing electrónico sigue promocionando sus productos en el marco del hogar: porque sigue siendo allí donde impera la televisión, los dvds y videos, las consolas, los PCs y demás. Ciertamente hay que redefinir qué entendemos por hogar y cómo esa nueva descripción afecta a nuestra comprensión del dentro y del afuera, de la intimidad y de lo público, del aquí y del allí. Pero también es necesario poner en solfa la misma idea de movilidad, al menos tal y cómo se está formulando por el discurso institucional e industrial.

El concepto de movilidad que Williams utilizó tenía mucho que ver con la visión de un espacio social que ya no es público, y que ha sido indeleblemente influenciado por los transportes modernos. La idea de *privatización móvil* responde en parte a un individuo que gracias a coches, trenes y aviones hace del todo un único sitio en el que se desplaza. Pero también apunta a un tipo social cuya mirada es ubícua en ese todo, gracias en especial al teléfono, la radio y la televisión: medios de acceso privado al mundo. Pero Williams se movía todavía en la clásica distinción entre lugar de trabajo, ámbito doméstico y espacio de ocio. Y hoy esas distinciones están siendo superadas. No obstante, el modelo sigue siendo útil si queremos ilustrar cómo los individuos actuales conciben los medios de información y comunicación en función de entornos cambiantes, móviles. Por un lado, nos hallamos ante unos medios que permiten traer el mundo a dónde uno está: de esta forma, percibimos la información de manera privada en nuestras pantallas y diales; o en el cine, también privadamente, aunque estemos rodeados de otras personas igualmente privadas. Pero, por otro lado, las pantallas ya no están circunscritas a entornos concretos, como podemos ver en el ordenador o en el móvil: queremos una total disponibilidad de acceso a la información allí donde nos encontremos, y también privadamente, aunque estemos junto a 50 personas en un autobús, en un tren o frente a la pantalla de un ordenador. Si el hogar era antes el espacio de contacto entre la información del mundo y nosotros (la información convoca a los

usuarios), ahora el espacio de contacto tiende a aparecer centrado en la movilidad, fuera del hogar (la realidad y la ilusión de ser nosotros quienes convocamos la información). En otras palabras, el valor adjunto de conectividad que las Tecnologías de Comunicación e Información (TCI en adelante) domésticas tenían antaño, ahora se ha transferido a las tecnologías que nos acompañan en todo momento y que hacen de nosotros actores activos del hecho comunicacional. En menos palabras: hemos reducido el hogar a nosotros mismos y nos lo llevamos colgado en la mochila (aunque tampoco salgamos mucho más de casa).

Así expone Williams (1974) su visión sobre la centralización en el hogar del discurso informativo:

Los nuevos y mayores asentamientos y las organizaciones industriales requerían de una mayor movilidad interna. A esto se le unieron las consecuencias de la dispersión de las familias y las necesidades de nuevos tipos de organización social. Los procesos sociales largamente implícitos en la revolución del capitalismo industrial se intensificaron, especialmente la creciente distancia entre las áreas de viviendas y los lugares de trabajo y de gobierno. La mayoría de la gente vivía alejada de los procesos que determinaban parte de su vida. No obstante, se había ganado, con no poca lucha social, la mejora de las condiciones más inmediatas, dentro de los límites y presiones de estos procesos a gran escala. Hubo una relativa mejoría en los salarios y en las condiciones de trabajo, y se produjo un cambio cualitativo en la distribución del día, de la semana, y del año entre períodos laborales y no laborales. Estos dos efectos combinados desembocaron en la mejora del hogar. Pero esta privatización, que era tanto un logro efectivo como una respuesta defensiva, trajo como consecuencia una necesidad imperativa de nuevos tipos de contacto. Los nuevos hogares podrían parecer privados y auto-suficientes pero sólo podían mantenerse mediante la aportación regular de otras fuentes externas (un abanico que se extiende desde el empleo o los precios hasta las guerras y depresiones), que a menudo tenían una influencia disgregadora en el proyecto de familia, supuestamente separado de todo lo demás. Esta relación creó la necesidad y la forma de un nuevo tipo de comunicación: las noticias desde *fuera*, desde fuentes igualmente inaccesibles. (Caldwell, 1974:47-48)

Indudablemente, las fuentes de las noticias siguen siendo inaccesibles, pero con la aparición de Internet, el fenómeno se revela más complejo,

dadas las nuevas posibilidades que la red ofrece para anular las tradicionales fronteras entre productores y lectores/consumidores. En lo que Williams parece acertar de lleno es en la necesidad que él observa en el individuo moderno de dotarse de un entorno referencial (información) que le permita dar sentido a sus proyecciones e intereses. Si el actor se encierra en casa, de alguna manera ha de construirse una ventana que le mantenga conectado con el mundo y que le aporte el feedback suficiente como para comprender o justificar su propia situación. Esa ventana, no obstante, debe proporcionar la ductilidad propia de un mundo versátil. Jonathan Crary (1988:42-43), en su investigación sobre los cambios sociales en la percepción visual, ya indagó en cómo, a finales del XIX, la cámara obscura ya no podía representar un modelo de observación móvil, flexible y productivo, que «fuera adecuado a los nuevos usos del cuerpo y a una vasta proliferación de signos e imágenes igualmente móviles e intercambiables: una modernización que en definitiva supondrá una decodificación y una desterritorialización de la visión» (Villota, 2001:117).

A finales de los años 50, Herbert Collins indagó en la relación que las actitudes sedentarias (domésticas y laborales) de las sociedades capitalistas actuales establecían con las herramientas propias de la comunicación moderna:

Tanto los trabajadores sedentarios que supervisan máquinas automáticas, que leen marcadores o los que estudian patrones moleculares, todos están ocupados en operaciones visuales que requieren estar sentado. La extensión y sensibilización de la visión crea situaciones en las que los individuos que usan instrumentos experimentan un nuevo abanico de fenómenos, extendiendo su control sobre objetos antes muy poco familiares. Los microscopistas, los radiólogos, los meteorólogos son productos característicos de la mecanización de la visión. Para conseguir estos resultados, los hombres modernos han tenido que ajustarse a posiciones estacionarias, a la concentración retinal y a la postura sentada. En aviones o en tanques, el soldado sedente extiende la campaña militar a distancias sin precedentes. El individuo inmóvil de la sociedad sedentaria se sienta en estadios deportivos convirtiéndose en un espectador renombrado, quien en realidad representa nuestra figura sentada en toda la obra. Para comunicar, se sienta a telefonar o a teclear un mensaje. Sus pensamientos, así, viajan más rápido y más lejos que si se estuviera moviendo con su propio cuerpo. En vez de caminar

a su destino, enciende un motor o toma un tren. Cuando reserva pasaje para un vuelo, la distancia a su destino excede la posibilidad de la locomoción corporal. En la persecución del entretenimiento y el recreo, multitud de gente mira imágenes en movimiento desde una infinidad de hileras de butacas. O se quedan en casa, operando marcadores en grabadoras, radios, televisiones o equipos de sonido. La silla no es sólo el contenedor más sobresaliente de los hombres modernos, sino que sentarse es la postura simbólica de la era de la ciencia y de la tecnología. (Collins, 1958:19)²

Collins parece plantear en estas líneas la siguiente pregunta: ¿hasta qué punto la movilidad individual no es la movilidad creada por las tecnologías? ¿podemos realmente establecer que el individuo moderno es más móvil que antes, o es más bien que el acceso «en la distancia» da la ilusión de la ubicuidad y la movilidad? No es fácil la respuesta. Por ahora, quedémonos con una idea: la movilidad no debe ser entendida como el simple hecho de «moverse» en el espacio, sino que debe articularse como un valor político aplicable más allá de la simple actividad física de las personas. La movilidad es una forma de comprender las relaciones sociales y una estrategia para dar pleno sentido a ciertas herramientas de comunicación.

Sería estúpido negar que el cambio de hábitos individuales (actividades móviles físicas y concretas) respecto al uso del espacio público no haya facilitado nuevas ideas sobre lo móvil. Hacia los años 60 y 70, el espacio público empezó a ser considerado menos atemorizante, gracias al interés y al esfuerzo de gobiernos y empresas en convertirlo en un dominio amable, entretenido, lleno de tiendas y de juegos: espectacular en definitiva. Durante aquellas décadas, buena parte de la clase media emprendió una salida paulatina hacia el exterior, al verse cómodamente en espacios que adulaban los sentidos del ocio y del consumo y en los que no había tensión social o política. La creciente crisis sobre el modelo de familia, la independencia cada vez más rápida de los adolescentes, una inestabilidad laboral que llevaba a grandes desplazamientos, y la industrialización del turismo que abarató mucho los precios, etc.; todo

² Esta reflexión es sorprendentemente similar a la que hiciera Diego Rivera en su mural *El trabajador frente a la encrucijada del siglo XX*, pintado por el mexicano a finales de los años 30.

ello empujaba a los individuos a aceptar una salida «pactada» del hogar. Y todo ello empezó a cobrar cuerpo sistémico hacia los años 80.

Anne Friedberg (1993:2) ha sugerido que esa «mirada virtual movilizada», como ella denomina a la salida de las clases medias de los cerrados hogares de los años 50, ya estaba implícita en los dioramas y panoramas y en las *arcades* parisinas del siglo XIX; y que su evolución en el XX ha venido de la mano de los paisajes imaginarios del cine, del turismo, de la televisión, de los centros comerciales, o de Internet. El espacio público, entendido como lugar expoliado de sus circunstancias políticas, y meramente centrado en la disponibilidad del mismo para que los ciudadanos desplieguen sus actividades de ocio, es el verdadero telón de fondo en el que hay que situar nociones como la movilidad o la portabilidad. Porque, bajo los criterios dominantes actuales, la idea de lo móvil parece un resultado natural del culto a la privacidad³ y del despiece de la consideración comunitaria de lo público. Es más, lo móvil se vende en proporción opuesta al secuestro de lo público. ¿En dónde parece más natural y adaptable lo móvil más que una cultura en donde el espacio común ya no ofrece cortapisas y barreras para el desarrollo estrictamente individual?

UNA MOVILIDAD A CUESTIONAR

La hermosa máquina de la propaganda sólo hace que «recordarnos» que «somos más libres» y «estamos más conectados», y puede que en parte eso sea verdad, pero también tenemos una clamorosa sensación de que

³ Privatización y portabilidad van de la mano: «La tendencia a largo plazo hacia la 'privatización' desde el siglo XIV al XX se refleja con toda claridad en la evolución de los formatos de los libros. Los libros del siglo XV solían ser grandes —el folio desplegado por entero— que para leerlos había que apoyarlos sobre atriles. En los siglos XVI y XVII se hicieron populares libros más pequeños, en octavo, por ejemplo, o más pequeños aún, en el formato de doceavo o dieciseisavo que el famoso impresor Aldo Manuzio empleaba para sus ediciones de los clásicos [...]. Los libros de poesía, a su vez, solían imprimirse en formato muy reducido, que estimulaba su lectura en la cama, sobre todo en el siglo XVIII, cuando los dormitorios de las casas de clase alta o media fueron convirtiéndose poco a poco en recintos privados». (Briggs&Burke, 2002:79-80)

los medios proporcionan impotencia política y social, en especial los medios de movilización de masas como la televisión, la prensa y sus espejos en Internet. La gran masa social ha desplazado su atención (que no su funcionamiento) a medios como el móvil, el correo electrónico o Internet, que están no vinculados «al directo», en donde la noticia es transmitida, como en la televisión, sino al «tiempo real». El control sobre el tiempo real es una clave importante en la psicología de la movilidad, precisamente en paralelo a la desaparición del control sobre el tiempo político. Según Virilio, los videos, los walkmans, los móviles y los ordenadores personales nos hacen «directores de nuestra propia realidad» (1989:66): he aquí la clave del meollo. La movilidad no es tanto una realidad, sino la materialización real (a través de la tecnología) de una ilusión: la de controlar nuestras vidas en unos tiempos y espacios completamente relativos.

Si observamos las cifras de movilidad geográfica, veremos que tampoco parece que hoy seamos más móviles que antes. Las cifras en los años 80 y 90 en los EEUU se parecen mucho a las de 1970 y 1960. En 1970, el 47% de la población se había mudado en los últimos cinco años, porcentaje que no cambió en la década de los 80. En 1980, el 18% de los norteamericanos cambiaron de hogar. La cantidad media de veces que un norteamericano cambia de casa en su vida es de catorce: esto es, una media de seis años de permanencia en un mismo piso (Marx, 1994). Por su parte, la movilidad geográfica en Europa es mucho menor que en los EEUU. Un 1,2% de la población de la UE cambió su residencia de región en 1999, mientras que el 5,9% de los norteamericanos se cambiaron de condado. España se sitúa por encima de la media comunitaria con el 20,9%⁴. En concreto, en España, ya ha sido suficientemente constatado el hecho de que la tendencia a adquirir en propiedad una casa dificulta una mayor movilidad geográfica⁵. En el año 2000, sólo el 16,4% de los trabajadores de la UE estaba empleado desde hacía menos de un año por su empresa, frente al 30% de Estados Unidos.

⁴ <http://www.nodo50.org/derechosparatodos/Areas/antiue7.htm>.

⁵ www.imsersomigracion.upco.es/.../congreso/datos/CDRom/Economia/Comunicaciones/ConchaCarrasco.PDF.

La movilidad debe ser plenamente cuestionada, al menos en la manera en que está siendo transmitida por los medios. Los datos no indican ningún dinámica especial en este sentido. Por poner un ejemplo, el 70% de los mensajes SMS que se envían los adolescentes (usuarios mayoritarios de este tipo de comunicación) son escritos y emitidos desde sus dormitorios por la noche⁶. El informe estadístico del CIS de marzo de 2003 sobre el hábito de ocio de los jóvenes españoles tira por tierra el estereotipo del hijo o la hija que pasa el fin de semana fuera de casa en bares y discotecas. Según parece, el 45% de jóvenes de edades comprendidas entre los 25 y 29 años dice salir poco o nada durante los fines de semana (CIS, 2003). No es extraño pues, que la publicidad de móviles, Internet y de otros artilugios electrónicos —especialmente portátiles— proyecten la idea de que, gracias a ellos, uno puede no sólo transmitir experiencias (que, por lo que vemos, no parece que abundan) sino crearlas directamente a través de las mismas. De esta manera, los medios se difunden como catalizadores de sociabilidad. En realidad, ya en su día, la fotografía instantánea facilitada por Kodak o Polaroid, creó la sensación de que, por el simple hecho de sacar una foto de cualquier cosa, uno creaba experiencias a su alrededor. Es el mismo proceso que el que ahora es ofertado por los videojuegos, por los móviles, y aún más por los móviles con cámaras digitales incorporadas.

La movilidad física es pues muy relativa. En muchos países, los niños ya no caminan a la escuela o juegan en las calles como antes hacían libremente (Livingstone, 2002:16). Mientras sus vidas están menos vinculadas localmente, se están convirtiendo en ciudadanos globales al estar cada vez más en contacto con otros lugares y gentes del mundo, desde sus casas y escuelas⁷. ¿En qué se está convirtiendo el hogar y la

⁶ Telediario, Televisión Española, 22-12-02.

⁷ El porcentaje de niños entre 15 y 16 años con acceso doméstico a Internet en 1998 era de: Suecia, 38%; Finlandia, 30%; Dinamarca, 26%; Italia, 12%; España, 11%; Alemania, 9%; Reino Unido, 7%; Francia, 5%. Así pues, hay un claro contraste entre los países con una dirección pública en la difusión de las TCI y los países con un menor nivel de implicación estatal. Así, en España, la mitad tiene acceso al ordenador en casa, pero sólo un tercio lo tiene en la escuela. Probablemente, los padres españoles están bastante más abiertos a ciertos beneficios directos de los PC que otros padres europeos, que lo delegan más en el sistema educativo. En España, no hay debate público sobre las TCI, y se deja en manos del mercado su difusión, lo que no ocurre en Alemania, el Reino

electrónica que lo puebla? ¿a qué intereses familiares responden? El sueño de la movilidad parece estar directamente relacionado con una situación radicalmente nueva de la familia y, en consecuencia, del hogar. Las relaciones de pareja tienen una media de duración cada vez más corta; el divorcio ha crecido enormemente; desde la entrada de las mujeres en la estructura laboral, los calendarios y espacios domésticos han cambiado y mucho; las parejas tienen hijos a edades cada vez mayores; las presiones laborales y económicas han reducido la prole familiar a apenas un hijo. Si el motor de la economía es la familia —nos dicen—, pero la familia a su vez ya no responde a una interpretación clásica, la movilidad aparece como la panacea perfecta para camuflar una situación en plena transformación y para rellenar una vida social que debe buscar nuevos horizontes. La movilidad debe ser entonces entendida como una estrategia industrial en la búsqueda de nuevos mercados, tras el agotamiento del modelo familiar como centro del consumo contemporáneo.

Un factor que indica la falacia del clásico modelo familiar como motor de una sociedad integrada es la cada vez mayor prevalencia de los hogares unipersonales. El porcentaje de personas que viven solas aumentó en los EE.UU. del 11% en 1950, al 16% en 1970 y al 22% en 1987 (Marx, 1994). En la actualidad uno de cada tres hogares norteamericanos es unipersonal. En España, el último informe del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2003) —abril del 2003— señala que tres millones de españoles (uno de cada cinco) vive solo, lo que representa que el número de hogares unipersonales se ha triplicado en los últimos 20 años.

Unido o Francia. Los españoles pasan mucho más tiempo que los alemanes, franceses o ingleses navegando desde casa, quienes lo hacen desde la escuela o el trabajo. De la misma manera, los nórdicos también se conectan más desde el hogar pero por razones climáticas y geográficas. Por su parte, el porcentaje de niños entre 15 y 16 años con acceso doméstico a PC multimedia en ese mismo año es también revelador, porque nos indica que el principal uso juvenil del PC en España se produce en casa, y no en el trabajo ni en la escuela, como en buena parte del resto de los países europeos: Dinamarca, 63%; Suecia, 55%; Suiza, 52%; España, 51%; Alemania, 50%; Holanda, 48%; Finlandia, 47%; Italia, 34%; Reino Unido, 27%; Francia, 21%. (Livingstone, 2002:55)

El hogar se ha transformado enormemente, pero a nadie parece interesarle mucho esta dinámica. El mito de la movilidad recorre imperativo el lenguaje corporativo, político, mediático y artístico; sin embargo, nadie parece muy interesado en analizar en profundidad hasta qué punto esta movilidad es cierta o simplemente responde a una ilusión o a un ejercicio de ilusionismo. Lo que sí parece cierto es que el nuevo sujeto moderno parece decidido a deshacer parte del contrato social que lo vinculaba al entorno familiar y a un compromiso social en el marco del hogar. Pero sin salir de casa: o mejor, asumiendo el sueño de llevar la casa a cuestas. Nos encontramos antes personajes sedentarios que viven la ilusión de lo nómada, liberados como están en definitiva de los pesados lazos que el hogar y la familia habían trenzado a su alrededor.

En este sentido, la movilidad tiene mucho que ver con el concepto de «poligamia situacional», al menos tal y cómo ha sido expresado por Scott Lash. Para Lash, este tipo de poligamia está siempre mediada tecnológicamente, mediante vuelos aéreos baratos, teléfonos móviles, microprocesadores, protocolos y canales que permiten la comunicación a distancia entre individuos. De esta manera, la movilidad no es el simple hecho de desplazarse, sino que se ha de interpretar como la actividad que es mediada por los medios de transporte y comunicación (Lash, 2002: xii).

Por otra parte, para Zygmunt Bauman, el proceso de individualización producido durante las últimas décadas ha forzado a hombres y mujeres a moverse constantemente entre expectativas que nunca prometen una satisfacción al alcanzarlas, ya que las premisas cambian siempre muy rápidamente. Bauman, al analizar esa movilidad permanente entre las ilusiones y las recompensas, parece sugerir que, no habiendo destino final en esos trayectos, se impone un estado crónico de insatisfacción que el mito de la movilidad intenta gestionar (Bauman, 2002:xvi).

¿Qué quiere decir esto? Ni más ni menos que el concepto de movilidad es un estado político y no tanto una realidad social tejida por los actores que se suponen la han de conformar. Pero como modelo político, sí que cose una determinada vida social. Los espacios y tiempos personales y externos son supuestamente gestionados por los individuos a través de sus móviles y dispositivos portátiles, en un espacio público multidimensional pero carente de compromiso. Mientras, en casa, el mundo entra a bocajarro por pantallas y altavoces. Nos hacemos más públicos que nunca contentos de ser tan privados.

ESTÁNDARES: POLÍTICAS DE LO PORTÁTIL⁸

Nuestros aparatos de comunicación actuales son funcionales 1) si son aptos para trabajar en todas las situaciones, y 2) si son consistentes entre ellos. O lo que es lo mismo: 1) Queremos que todo el mundo se adapte a nuestro estándar, y 2) deseamos que todas las máquinas tengan el mismo lenguaje. Y ¿de qué manera definimos el interfaz sino como el sistema visual y táctil mediante el que se relacionan hombres y máquinas y el lenguaje matemático con el que hablan las propias máquinas? El interfaz es el imán: la piedra alrededor de la cual toda nuestra comunicación gira.

La movilidad se acelera cuando la gente crea lenguajes comunes con los que entenderse con desconocidos. El lenguaje mismo ha sido y es el principal interfaz de comunicación. El lenguaje fronterizo ha sido siempre crisol social y los imperios disponen de muchas fronteras. El ejemplo del *pidgin* (pronunciación china de la palabra inglesa *business*) es bien conocido: un inglés híbrido hablado por numerosos asiáticos de principios del siglo XX, a través de los largos (mal)tratos comerciales con los británicos⁹. El *spanglish*, en su fondo, es otro ejemplo más actual. Son lenguas resultados de las diferencias. La búsqueda de un código común es la esencia misma de la comunicación.

Pero si la lengua ha sido esencial en esas transmisiones culturales e imperiales, los nuevos lenguajes electrónicos y digitales plantean nuevos alcances en la elaboración de sistemas comunes y adaptados a usos simples y directos. No se trata ya de crear hibridaciones hechas de fricciones, sino de unificar el conjunto general en un solo código, siguiendo

⁸ La parte central de esta investigación sobre la noción moderna de estándar e interfaz, y la sección dedicada a la evolución de la pantalla, han sido originalmente desarrolladas en el marco del proyecto web-side.org (www.web-side.org) de la Mediateca de la Fundació «la Caixa» de Barcelona, dedicado monográficamente a la cultura del interfaz. Agradezco a Carme Garrido y a Valentí Farràs su permiso para reproducirlas parcialmente aquí. Asimismo, agradezco también las aportaciones de Tere Badia, Catarina Simao, Lupe Escoto, Fred Adam, Verónica Perales, Rosa Sánchez, Alain Baumann y LaMosca.com.

⁹ Para ver la relación entre los pidgins y la evolución del interfaz informático, ver Erickson, Thomas D. (1990): «Interface and the Evolution of Pidgins: Creative Design for the Analytically Inclined».

do la pauta de la «ley natural» de la tecnoeconomía fundamentada en la creación de estándares. En la nueva religión de la conectividad universalizada, no tiene ningún sentido pelearse con lenguajes de máquina extraños.

El *homo mobilis* da por hecho que todo el mundo es móvil también, que utiliza sus mismos estándares, y de hecho constata una realidad. El estándar rige el imperio de la movilidad. Cuando uno se desplaza por ahí, lo que desea es que el ordenador ajeno frente al que se sienta tenga «el» sistema operativo, para no tener que perder el tiempo. El caso de los cajeros automáticos y el sistema actual de despliegue gráfico por menús dan buen ejemplo de ello. La mayoría de *displays* gráficos en las pantallas se configuran a base de menús; un lenguaje nacido en el ordenador a principios de los años 80, e inmediatamente aplicado a los cajeros automáticos, y más tarde a todos los sistemas de información sobre pantalla. El menú proporciona multivisión de opciones (no ampliables) y da la seguridad de poder «deshacer» una decisión ya tomada. En el sensible caso de los cajeros automáticos, que encontraron una gran reticencia inicial entre un público temeroso del error mecánico o de la suplantación de identidad, la «reversibilidad» en la elección de opciones constituyó un gancho directo y personal. El estándar informativo con el que las máquinas se comunican con nosotros es imperativo, en el sentido de que genera total dependencia en el usuario, ya que bajo el falso manto de la facilidad de uso, quedan monopolizadas las posibilidades de percibir otros modos diferentes de organización visual.

La portabilidad crea estándar *a la fuerza*. Antes de la aparición del ferrocarril en 1841, las horas que marcaban los relojes públicos de Bristol y Londres eran diferentes. Cuando en la primera eran las 6:15, en la City eran las 6:00 (Eriksen, 2001:43). A nadie le importaba puesto que a nadie afectaba esa diferencia horaria. Las relaciones entre las ciudades se sucedían a una velocidad en la que los minutos y los segundos contaban relativamente. Con la aparición del tren —o del telégrafo— y la implantación de los horarios, las horas se unificaron, en beneficio de un «sistema de integración interno del tiempo» que la propia máquina impone en los usuarios (Dohrn-van Rossum, 1996). Los horarios de los transportes modernos transformaron de manera definitiva nuestra concepción del tiempo productivo en todos los ámbitos: el laboral, el esco-

lar, el lúdico, el familiar, el del viaje. Todo se rige por un lógica ordenada del tiempo, que informa y da sentido a todo. Más tarde, la portabilidad virtual de los artilugios de comunicación del siglo xx, añadiría al deseo de transportarse *uno mismo*, el de transportarlo *todo a uno mismo*. Esta distinción es esencial, pues confirma la definición del estándar como una plataforma común sobre la que cada individuo o industria despliega su contenido. La percepción de los estándares como simples escenarios a rellenar ha cegado una crítica más profunda del carácter expansionista de la comunicación, puesto que el «sistema común» se concibe dentro de una jurisdicción cerrada e innegociable: la libertad del individuo y su derecho inalienable a comunicarse y recibir información, en cualquier parte y en todo momento.

La movilidad y la portabilidad obligan al establecimiento de estándares que hagan operativa nuestra gestión en y con el mundo, sin dejar a nadie fuera. La propia noción de la ordenación temporal establece medidas para saber dónde está uno respecto a su punto de partida. En el tortuoso camino de la exploración colonial, la conquista de interfaces ha sido unos de los botines más preciados. La búsqueda centenaria de un sistema para el cálculo marítimo de la longitud terrestre¹⁰ inició el camino hacia una hora mundial, establecida, por supuesto, en «el punto de partida», en Greenwich¹¹, Inglaterra, en 1833. La transportabilidad lleva pareja el uso de un interfaz consistente que permita al viajero medir su posición de la misma manera y en cualquier parte del mundo. Por tanto, el mundo debe adaptarse a él. Si por algo se perciben tan contiguos el colonialismo del siglo xix y xx y la globalización actual es por el hecho que si antes no se concebía un *territorio* «sin movimiento», ahora no se concibe un *tiempo* autosuficiente, ajeno al sistema fijado como global. «Ninguna cultura debe quedar aislada»: esta fue la línea que adoptó Estados Unidos a finales de los noventa en una revista, *Correspondence*,

¹⁰ Para un pormenorizado análisis del desarrollo de este sistema, ver Sobel, Dava (1995): *Longitude*, Forth State, London.

¹¹ La Hora Cero de Greenwich se creó originalmente en 1676. Gran Bretaña comenzó a expandirla mediante sus buques en 1833. En 1893, Alemania reconoce el sistema horario británico y Francia se adherirá en 1911. En 1925, se fija definitivamente como sistema horario internacional.

editada por Daniel Bell, y en la que se condenaba aquellas sociedades que no quisieran convertirse en «globales» (Briggs&Burke, 2002:291).

El único tiempo que corre es el individual, vendido como un tiempo privatizado pero en plena armonía con el todo, gracias a las tecnologías y las técnicas de gestión. Los aeropuertos, las estaciones de tren, los vehículos: todos funcionan de la misma manera y no confunden al usuario. Los botones de ordenadores, y de los cientos de pequeños aparatos de cocina, personales, etc., están diseñados para que sean identificables y similares a todos los demás: *consistentes*, en el lenguaje del diseño. Los individuos despliegan su movilidad gracias a una comunión comunicacional con su entorno. El lenguaje de la máquina lo arropa.

PORTABILIDAD Y EXPANSIONISMO

«Lo que pasa es que esa máquina no se cansa», se quejaba un lugareño congolés en 1883, cuando no podía perseguir, harto ya de remar, los barcos a vapor que remontaban el río Congo.

La portabilidad occidental es expansionista: pero ahora llevada a los cuatro confines del mundo individualmente. La unificación de protocolos, estándares e interfaces en la utilización global de las TCI portátiles hace de los usuarios los personalizados caballos de Troya de un sistema bulímico y no poco anárquico de información, cuyo principal enemigo son sistemas que no reconocen los propios. Y a los que se ataca sin piedad, ya no solamente mediante coacciones directas sino bajo la presión inexorable del individuo occidental moderno y sus medios portátiles: «El motor y la radio son el alma de nuestras divisiones de turistas, que se entrenan o simulan la guerra relámpago» (Kittler, 1986:108).

El interfaz es el *imán*, el polo que atrae y condensa toda nuestra comunicación. Y a su alrededor crea sistema, urbaniza y estructura. Kittler ha constatado que «la digitalización de la información elimina las diferencias entre medios individuales. El sonido y la imagen, la voz y el texto se reducen a efectos de superficie, conocido por los consumidores como interfaz» (Kittler:124). Vivian Sobchack ha analizado esta cultura del interfaz a la vista de que «la televisión, los videocassettes, los grabadores y reproductores de video y los ordenadores personales, todos

forman un sistema representacional incluyente cuyas varias formas se `interfacializan´ para constituir un mundo absoluto y alternativo que incorpora al espectador/usuario a un estado descentrado espacialmente, débilmente temporalizado y casi incorpóreo» (Sobchack, 1994:149). Enzensberger, ya hace años, visualizó también el sistema del interfaz como un proceso hacia una total unificación:

Satélites de noticias, televisión en color, televisión por cable, cassettes, cintas de video, videograbadoras, videófonos, estereofonía, técnicas láser, procesos electrostáticos de reproducción, impresión electrónica de alta velocidad, máquinas de composición y aprendizaje, microfichas de acceso electrónico, impresión por radio, ordenadores a tiempo compartido, bancos de datos: todos estos nuevos medios están formando constantemente nuevas conexiones tanto entre ellos como con medios más antiguos como la impresión, la radio, el cine, la televisión, el teléfono, el teletipo, el radar, etc. Todos ellos están claramente uniéndose para formar un sistema universal. (Enzensberger, 1996:62)

En la cultura extrema de la conectividad, la realidad se convierte en un catálogo apologético de la totalidad de los objetos tecnológicos: «al consumir un objeto, uno los consume todos», ha señalado Richard Stivers (1999:121), porque sólo en uno se reflejan todos los demás, gracias a la unificación proporcionada por el interfaz. Tampoco es ajeno a esto el hecho de que el proceso de concentración y estandarización haya llevado a los usuarios a concebir la experiencia del consumo en términos homogéneos, como perspicazmente ha intuido el historiador Brian Winston (1998:17). La homogeneización producida por la unificación de estándares conlleva un rechazo radical de los usuarios de líneas que no sean continuas, como cuando Coca-Cola tuvo que suspender su intento de cambiar el sabor de su producto, al ver cómo auténticas masas se echaban a la calle para protestar. No deja de ser interesante observar cómo se activan actitudes más vinculantes, socialmente hablando, sólo en el momento en que los estándares son puestos en peligro. Tampoco es baladí que eso ocurra, casi en exclusiva, en el dominio comercial.

El estándar y el interfaz son algo más que simples espacios y pantallas de comunicación. Son en realidad una técnica social, una norma en las relaciones políticas y culturales. Jacques Ellul habló en los años

sesenta de cómo la técnica integra a la máquina en la sociedad: «Construye el tipo de mundo que la máquina necesita e introduce orden donde el traqueteo incoherente de la maquinaria amenaza ruina. Clarifica, organiza y racionaliza: hace en el dominio de lo abstracto lo que la máquina hizo en el dominio del trabajo. Es eficiente y aporta eficiencia a todo» (Ellul, 1954:6). El interfaz es la grasa que hemos construido para que las máquinas adopten un sentido lógico en la mentalidad social; incluso para que el espectáculo sea vivido como «espacio social» al permitir que los códigos de interpretación sean percibidos como horizontales e integradores.

Además, el lenguaje digital, principal impulsor de la importancia moderna del interfaz, es imperativo, esencialmente por causas de «seguridad». Todo lo que no es digital debe hacerse digital: «Mientras más complicado sea un aparato manufacturado por los métodos de ingeniería tradicionales, sus fallas serán más imprevisibles, catastróficas y difíciles de solucionar», ha intuido el escritor mexicano Naief Yehya (2001:85). La tecnología analógica está comenzando a ser percibida en términos problemáticos pues puede llegar a cercenar la fluidez comunicativa dentro del sistema. La naturaleza de lo «analógico» se ve como ralentizadora, puesto que no crea a su alrededor las «necesarias» condiciones orgánicas de crecimiento y progreso. El desplazamiento de la tecnología analógica a la digital en el ámbito de los móviles así lo confirma. Gilles Deleuze propuso la metáfora del «*filum* maquinal» como el proceso de autoorganización por el que los elementos del universo alcanzan un punto crítico y comienzan a cooperar para formar una entidad de más alto nivel. Yehya, siguiendo esa vía, apunta una idea fundamental en este sentido: el proceso de organización de la comunicación actual se percibe como orgánico, natural. Los elementos simples se unen, en un proceso de comunión, para producir organismos más complejos, como si de biología tratáramos. Aquellos elementos que no facilitan esa complejización deben ser separados. La visión de una evolución tecnológica darwiniana basada en una relación orgánica entre los distintos formatos y medios (solapándose, pasándose el testigo, interfazializándose) comporta una total biologización del discurso maquinal. No es extraño, pues, que el descubrimiento del ADN (ácido desoxirribonucleico) —el principal hallazgo de los años sesenta— creara lo que

ha venido en llamarse el «paradigma de la información»; la información como principio de organización por sí mismo: «El código genético fue *el* código, y la transmisión se convirtió en la manera preferida de enfocar todo tipo de información» (Briggs & Burke:292). El término «paradigma», de hecho, se estableció como estándar en el ámbito científico desde que en 1970, el filósofo científico Thomas Kuhn utilizara el término para describir «aquellas realizaciones científicas universalmente conocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica» (Kuhn, 1971:13). El propio Kuhn ya intuyó las potenciales analogías del «paradigma» en el desarrollo tecnológico de su momento.

En este ambiente de inclusión, no sólo se acaba juzgando lo que es operativo o no en función de la necesaria dependencia de los factores del sistema, sino que también se condena el propio concepto de autonomía, algo que les guste o no a los tecnófilos, sigue suponiendo la principal traba para un mayor desarrollo del imperio. Porque la historia también nos muestra que no siempre la creación de estándares ha sido posible, y que existen posibilidades de sustraerse a ello. En 1875 se creó en París la Agencia Internacional de Pesas y Medidas. Sin embargo, sigue habiendo muchas divergencias en el uso de medidas en diferentes países y regiones. La encendida cuestión de los diversos anchos de vía ferroviaria llevó a muchos países, España entre ellos, a adoptar estrategias nacionalistas respecto al tema. Un caso similar es el de la conducción automovilística por la izquierda en Gran Bretaña. Los continentes siguen utilizando diferentes voltajes, tomas de luz distintas, etc. La batalla continental por el estándar de televisión ha dado lugar a múltiples sistemas, incompatibles entre sí: PAL, NTSC, SECAM, etc. El monopolio de Microsoft está siendo contraatacado día a día. El inglés, aunque imperante, es seguido de cerca por otras lenguas que están recibiendo cada vez más atención internacional como el castellano o el árabe.

Los casos son ingentes; tantos que, a primera vista, parecen poner en solfa la tendencia imperativa de los estándares. Indudablemente, es un espejismo dado el evidente crecimiento exponencial de los códigos comunes en todo el mundo. Sin embargo, el mantenimiento de muchos de esos “casos” nos indica hasta qué punto las tan cacareadas líneas de globalización encuentran más dificultades para expansionarse de las que

se suponían. Las estrategias de marketing (y la presión nacionalista) tienen mucho que decir en la creación de esas barreras: con ellas, se protegen mercados de posibles invasiones de la competencia (las «regiones» de los formatos de DVD; los sistemas televisivos, etc.). Pero, ¿hasta qué punto no podemos considerar algunos de estos frenos a la universalización de sistemas como simples resultados de la voluntad de grupos sociales y culturales en mantener la identidad cultural frente al torrente global? ¿Por qué no considerar la diferencia de voltaje eléctrico de la misma manera que percibimos las diferencias gastronómicas o lingüísticas entre diversas culturas y sociedades? A menudo, la obsesión por la estandarización de los sistemas de comunicación lleva a aculturizar los trasfondos sociales que les dieron vida. El entusiasmo contemporáneo por la conectividad parece haber convertido en anatema los sistemas locales o territoriales: no se busca la creación de interfaces, sino que se imponen unos determinados.

La persecución del interfaz integrado promete un espacio perfecto en dónde modelar todas las experiencias posibles, sin distinción alguna de países, culturas o clases. Sin embargo, para construir esa suerte de «espacio cero», se aplaude como necesaria la erradicación de todo vestigio de lógica cultural localista, aquellas que existían en los tiempos pre-portátiles; aquellas que todavía hoy existen, «entorpeciendo» una verdadera comunicación integrada.

Para evitar esos inoperativos frenazos en la consecución de la ubicuidad y de la movilidad dentro de un mundo plenamente colonizado, los poderes realizan esfuerzos continuados de vigilancia, creando suprasistemas que como un paraguas universal ofrezcan al individuo la posibilidad de operar en dónde sea y bajo cualquier circunstancia. Así, en 1978, el ejército de los EEUU lanzó al espacio el NAVSTAR (Navigation System with Timing And Ranging), el primero de una serie de 24 satélites que, junto a estaciones de recepción terrestre, formarían un sistema de establecimiento de posición a nivel planetario (latitud, longitud y altura) con un margen máximo de error de 20 metros. Desde el lanzamiento en 1994 del último satélite previsto, el sistema es conocido como Sistema de Posición Global o GPS. Todos los satélites son controlados en la base aérea de Falcon, Colorado. No será hasta 1980 que se permitió el acceso de la industria civil a algunas de las aplicaciones GPS,

como la telefonía móvil y la cartografía. Al GPS, le seguirían un miríada de satélites de los EEUU, Europa y Japón, prácticamente dedicados en exclusiva a las comunicaciones civiles.

El espectáculo de la integración acaba convirtiéndose en una estética, en una *tecnoestética*: «Todo el mundo vé el mismo mundo alterado, experimenta el mismo entorno total. La fantasmagoría asume la posición de un hecho objetivo y natural: se convierte en norma social. La adición sensorial a una realidad compensatoria acaba siendo una forma de control social» (Buck-Morss, 1992:23). Control social, que no sólo se observa en el ámbito de los medios de comunicación de masas, sino en la propia estructuración de un sistema laboral globalizado y supuestamente idílico.

La evolución de los estándares en los sistemas de las máquinas en todo el mundo hace de sus habitantes seres potencialmente ubicuos: pueden desplazarse donde quieran, plenamente sincronizados: pueden buscar nuevos horizontes personales y laborales; pero también pueden ser desplazados a donde sea porque saben utilizar las máquinas. El caso de la explotación laboral por empresas de tecnología es un buen ejemplo de cómo el conocimiento de las técnicas de ensamblaje de los trabajadores locales ha generado el desplazamiento de la industria hacia otros continentes en busca de mano de obra barata; o ha provocado las recientes migraciones internas en el Sudeste asiático, en México, en Brasil, o en Marruecos a una escala más reducida. Allí, las «maquiladoras», o empresas de ensamblaje de los componentes ya fabricados procedentes de las matrices norteamericanas, europeas o japonesas, han supuesto gran parte de la producción económica de la década de los 90. La movilidad ofrecida por una sociedad en la promesa de una constante experiencia espacio-temporal ideal, trepidante y fantasmagórica, es asumida por muchos trabajadores como la fragilidad de un tiempo laboral desarraigado y miserable.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2002) «Foreword», en U. Beck & E. Beck-Gernsheim, *Individualization*, London, SAGE.
- Briggs, A. & Burke, P. (2002) *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Madrid, Taurus.
- Buck-Morss, S. (1992) «Aesthetics and Anaesthetics: Walter Benjamin's Artwork Essay Reconsidered», en *October*, 62, MIT Press.
- Caldwell, J. T. (ed.) (2000) *Theories of the New Media, A Historical Perspective*, London, Athlone.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2003) *Informe sobre la juventud española y los nuevos medios para el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, Madrid, CIS.
- Collins, H. (1958) «The Sedentary Society», en E. Larrabee & Rolf Meyersohn, (eds.) *Mass Leisure*, Illinois, The Free Press.
- Crary, J. (1988) «Modernizing Vision», H. Foster (ed.) *Vision and Visuality*, Bay Press, Seattle.
- Dohrn-van Rossum, G. (1996) *History of the Hour. Clocks and Modern Temporal Orders*, The University of Chicago Press.
- Ellul, J. (1954) *The Technological Society*, New York, Vintage.
- Enzensberger, H. M. (1996) «Constituents of a Theory of the Media», en T. Druckrey (ed.) *Electronic Culture*, New York Aperture.
- Eriksen, T. H. (2001) *Tyranny of the Moment. Fast and Slow Time in the Information Age*, London, Pluto Press.
- Friedberg, A. (1993) *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*, University of California Press.
- Kittler, F. A. (1986) *Gramophone, Film, Typewriter*, Stanford University Press.
- Kuhn, T. S. (1995) *La estructura de las revoluciones científicas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Lash, S. (2002) «Foreword», en U. Beck & E. Beck-Gernsheim (eds.) *Individualization*, London, SAGE.
- Livingstone, S. (2002) *Young People and New Media*, London, SAGE.
- Marx, G. T. (1994) «Fragmentation and Cohesion in American Society», en R. Dynes & K. Tierney (eds.) *Disasters, Collective Behavior, and Social Organization*, University of Delaware Press. (<http://web.mit.edu/gtmarx/www/frag.html>).
- Sobchack, V. (2000) «The Scene of the Screen: Envisioning Cinematic and Electronic 'Presence'», en Caldwell *op.cit.*
- Stivers, R. (1999) *Technology as Magic. The Triumph of the Irrational Continuum*, New York, Continuum Books.

- Villota, G. (2001): «Mirando al patio: El cuerpo representado en la frontera entre las esferas de lo privado y lo público», en *Política y Sociedad*, 36: 113-28.
- Virilio, Paul (1989) *War and cinema: the logistics of perception*, London Verso.
- Williams, Raymond (1975) «The Technology and the Society» [1974], en *Television: Technology and Cultural Form* New York, Schocken Books.
- Winston, Brian (1998) *Media Technology and Society. A History from the Telegraph to the Internet*, London.
- Yehya, Naief (2001) *El cuerpo transformado*, México Paidós.
- www.nodo50.org/derechosparatodos/Areas/antiue7.htm.
- www.imsersomigracion.upco.es/.../congreso/datos/CDRom/Economía/Comunicaciones/ConchaCarrasco.PDF.