



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Los jóvenes riojanos y la mediatización: desanclaje de lo local y ausencia de referentes

Lic. María Rosa di Santo ©

Lic. Roberto von Sprecher ©

Profesores de la Universidad Nacional de La Rioja (Argentina)

Podríamos iniciar este artículo con la célebre frase de Marx "todo lo sólido se desvanece en el aire" para reconocer que la realidad que pretendemos indagar científicamente se nos presenta en capas, como una sustancia volátil y difícil de aprehender. Al comenzar a trabajar sobre los nuevos referentes identitarios en la ciudad de La Rioja (República Argentina) teníamos la hipótesis de que se estaba produciendo un desanclaje de lo local y un aumento de la importancia de referentes virtuales, pero pronto comenzamos a considerar que en realidad existía un debilitamiento de los referentes tradicionales y que los referentes mediáticos, que habíamos llamado virtuales, también funcionaban como referentes débiles. ¿Qué pasó en el medio?

Las ideas centrales de este artículo surgieron de la investigación que llevamos a cabo, desde 1996, en la ciudad de La Rioja, República Argentina, sobre "La recepción de medios masivos de comunicación y de nuevas tecnologías" (se pueden consultar más datos y otros aspectos sobre esta investigación en nuestro texto "Efectos de la globalización y el nuevo orden mundial / Tradición, consumos y desajustes en sociedades mediatizadas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 13, de enero de 1999, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/latina/a1999c/148riojaar.htm>).

Tras una primera etapa de indagación empírica, trabajando con entrevistas en profundidad y teniendo como referente la línea de inspiración etnográfica de los estudios culturales británicos y los trabajos de María C. Mata en Córdoba (Argentina), hacia fines de 1997, observábamos que, a diferencia de los adultos, los jóvenes parecían despegarse de las realidades locales y, mediante sus consumos culturales, parecían desarrollar un sentido de identificación respecto de referentes virtuales que les resultaban próximos y posibles merced al uso y la apropiación de los medios.

Durante 1998 iniciamos una segunda etapa del trabajo de campo, centrada justamente en los jóvenes. Nos parecía que en ellos podíamos buscar algunas respuestas respecto de nuestro objeto de estudio al delinarse modelos de consumos diferenciales según las franjas etáreas (ya habíamos avanzado en el conocimiento de modelos de consumo masculinos y femeninos), diferenciándose nítidamente los jóvenes de la franja de mayor edad (más de sesenta años) y de sus propios padres.

Como integrantes de las familias, ya habíamos entrevistado a jóvenes, pero en general su grado de participación había sido, aparentemente, disminuido por la presencia de los padres. Además, sospechamos que la presencia misma del entrevistador los condicionaba. Tanto por la edad (más de 35 años) como por su rol, pareció existir un distanciamiento que sólo excepcionalmente fue desapareciendo con las horas. Inmediatamente recordamos lo que decía el antropólogo Franz Boas cuando se le preguntaba sobre las alteraciones que la presencia del investigador trae aparejada en las comunidades pequeñas. Según Boas, el sujeto de investigación típico de un antropólogo son "los miembros de la comunidad más un antropólogo en su seno" (1).

Entonces apelamos a otra estrategia, un grupo de nuestros estudiantes de Comunicación Social realizaron entrevistas en profundidad a jóvenes, como parte de su proceso de aprendizaje de técnicas. Con la debida explicación previa, les entregamos una pauta que sólo cinco estudiantes (sobre un total de cuarenta y cinco) siguieron sin transformar la técnica en una entrevista periodística.

Con los trabajos en mano, intentamos subrayar la diferencia entre ambas técnicas ante la mirada atónita de nuestros alumnos a cuyo juicio la indagación "no daba para más". Entonces empezamos a sospechar que tanto las respuestas como las preguntas nos estaban diciendo algo.

Durante estas conversaciones, tanto el entrevistador (la mayoría menor a 25 años) como el entrevistado (jóvenes de entre 12 y 20 años) priorizaron los datos sobre consumos en desmedro de la explicitación de razones. Pareciera que para ambos lo importante es lo que se consume en términos de preferencias, como si no tuvieran -ni necesitaran- mayor explicación puesto que se dan así y después cambian y, como dicen, "está todo bien". Como si no hubiera certezas ni fidelidades fuertes, ni identificación a largo plazo con nada ni con nadie. Como si las identidades se procesaran con rapidez y, contrariamente a nuestra hipótesis inicial, no hubiera ni siquiera referentes virtuales de identidad.

La ciudad de La Rioja, el lugar donde llevamos adelante las investigaciones, aparece como un sitio privilegiado para explorar el fenómeno de globalización y desterritorialización en la producción de sentido. A nuestro criterio, La Rioja es todavía una sociedad tradicional -dado que mantiene parte de su añeja estructura- sometida a un proceso de mediatización súbita que se intensificó en un período claro de "excepcionalidad histórica" (2): las dos presidencias de Carlos Menem y el ingreso a la provincia de una corriente excepcional de fondos públicos, particularmente desde 1991 en adelante (3).

Pero, ¿qué caracteriza a una sociedad tradicional?. Siguiendo a Anthony Giddens, podríamos decir que en las sociedades tradicionales predomina el "tiempo reversible", una "temporalidad de la repetición"; una temporalidad que "está gobernada por la lógica de la repetición, es decir, el pasado como forma de organizar el futuro" (4).

Historiadores riojanos como Mercado Luna han observado que "... esta Rioja signada por aparentes fatalismos, por alentadas resignaciones, por la encerrada opción del conformismo..." cultivó una sociedad "de los hechos consumados" basado en un planteo simple: "acatamiento-resignación-fatalismo; lo hecho, hecho está" (5).

Como sociedad tradicional, la riojana habría convertido sus aspiraciones de modernidad en simulacros y el despegue de los años 80 en un proceso tan frágil como brutal. De hecho, la vida riojana parece girar alrededor de la burocracia estatal y el "tiempo reversible". Podríamos tomar como referencia a Max Weber (6), dado que algunas de las características del poder tradicional que se mantienen en esta cultura política son las "relaciones personales o de clientela entre el príncipe y sus funcionarios", traducido en los actuales gobernantes (de un mismo partido hegemónico: el justicialismo) y los gobernados en general; y "una concepción paternalista del poder que partiendo de la concepción de la familia como un estado en pequeño llega a la concepción del estado como una familia en grande". Pero también es posible analizar el trabajo y observar que la mayoría de los riojanos activos (7) -empleados en el sector público- pertenecen a una categoría en franco proceso de reducción y/o desaparición en el mundo (8).

Y también encontramos rasgos propios de lo tradicional en un contexto que mantuvo hasta bien entrados los años setenta el predominio de las familias ampliadas, clánicas, en las que la autoridad estaba fuertemente concentrada en la figura paterna, los controles eran férreos, no existía el diálogo, la mujer en general estaba relegada y dentro del hogar, y se privilegiaba la armonía familiar en torno a la fórmula disciplina-obediencia en desmedro de la libertad de pensamiento.

Pero a partir de los años 80 empiezan a vislumbrarse cambios que responden, según Antonio Borello, a cuatro factores principales (9): una moderada expansión del sector agrícola comercial; una atenuación del flujo inmigratorio hacia fuera de la provincia; fuerte crecimiento del sector público desde 1983 y la ley de fomento al desarrollo económico. Esos cambios pueden visualizarse en torno a:

- Crecimiento poblacional; teniendo en cuenta los censos, en los últimos 30 años el crecimiento fue mayor al 80% (de unos 17.000 en 1960 a alrededor de 127.000 en 1996).
- La concentración de la población en la ciudad capital (el 50,55% en 1991 con una proyección para el 2000 del 75% - Anuario "Clarín").
- Mayoría de población joven: hasta los 29 años el 61% de la población. La franja etárea más numerosa es la de hasta 14 años, con el 36% sobre el total.
- Crecimiento de la actividad económica, particularmente con el surgimiento del sector industrial. A mediados de los 80 empleaba, en su mayor pico, a 14.000 personas. Por lo tanto, diversificación del mercado laboral pese a que bajo la política del gobernador Menem de "gobernar es dar trabajo" el número de empleados públicos se triplicó (10).
- El paso de las familias clánicas a las nucleares. (En el 91, el 61% de las familias eran nucleares de entre 4 y 5 miembros).
- La urbanización mediante sucesivos planes de vivienda que facilitaron su acceso al 75% de las familias.
- Se quintuplica el estudiantado universitario con la llegada de los años 90. Ya en 1991 (según el censo) el 30% de la

población de más de 20 años tenía título terciario o universitario.

- Comienza a valorarse mucho la imagen que el riojano medio tiende a dar de sí mismo. Funcionan de manera creciente como indicadores de esta imagen la posesión de autos nuevos; la fachada de las casas; los jardines; la ropa de marca.
- Variaciones en las prácticas religiosas aunque persiste la convivencia entre creencias populares y prácticas científicas. En el marco mayoritario de la iglesia católica, los creyentes cambian de parroquia si no les satisface el mensaje del sacerdote y van espaciando su concurrencia a misa. Desde el obispado de Angelelli se comenzó a discutir la pastoral de sus sucesores, aunque esta puesta en debate no incluía la problematización de la fe ni la continuidad de los sacramentos.
- El centro de la ciudad continúa siendo el centro tradicional, con más negocios, más luces y una tardía peatonal de 100 metros. Se empiezan a ver las imágenes y los diseños de la sociedad global, se conmueven los usos y costumbres del comercio local tras la apertura de Casa Tía. No hay shoppings. Se multiplican las posibilidades de salida (bares, confiterías) y reviven lugares olvidados de la ciudad.
- Se mediatiza la sociedad capitalina: el color, el cable y la mayor oferta de canales aumentó el consumo. El tiempo de encendido se ha duplicado al menos, llegando a entre doce y trece horas por hogar. En diez años, el cable se extendió al menos al 80% de los hogares (11) (según datos de la empresa) y desde 1986 se inicia la invasión de emisoras de frecuencia modulada, superando las veinte a mediados de los 90. Algunos programas radiales matutinos se emiten por TV. Desde mediados del 98, comienza a operar la televisión satelital directa al hogar. El cine local se moderniza desde 1997, cuando se divide en dos salas, y en tres a posteriori, e ingresa en un circuito comercial nacional que permite estrenos simultáneos de películas con las grandes ciudades del país.
- Se van incorporando computadoras a los hogares, aunque no hay datos precisos. En el término del año 1996/97 se accede a un nodo local y dos servidores para conectarse a Internet. Por una empresa sabemos que los usuarios familiares aumentan entre marzo de 1997 y julio de 1998 en un 133%.

En resumen, estos datos y otros que hemos trabajado nos llevan a concebir la hipótesis de que en forma muy rápida -alrededor de una generación- se ha pasado de un estilo de vida tradicional a un estilo de vida híbrido, en el que va creciendo el consumo dominado por el mercado global, incluyendo los consumos mediáticos, y se mantienen rasgos correspondientes al tradicional.

La Rioja rápidamente está dejando de ser una ciudad de baja densidad poblacional y simultáneamente se mediatiza. Esta mediatización súbita, este híbrido que es ahora se extiende más allá de los espacios reales, accediendo a los virtuales; superpone lo global a lo local. Ahora bien, nos interesa la idea de hibridación porque subraya la convivencia de estructuras y hábitos que en apariencia no son demasiado compatibles y pese a que, a largo plazo y según Gramsci, se convierta en un híbrido que deje de verse como tal.

Al mediatizarse, La Rioja se des-localiza, es decir, se suma al "espíritu de una época", al decir de Ortiz y por lo tanto responde a una "civilización que minó las raíces geográficas de los hombres y de las cosas" (12).

A través de los consumos culturales, sede de luchas y competencias, encontramos en principio una suerte de línea divisoria entre jóvenes y adultos que se torna fundamental. Siguiendo a Bourdieu, sabemos que en el consumo y apropiación se manifiesta el hábitus al producir sentido según determinadas "categorías de percepción y apreciación" (13) y que esa práctica constituye, según Silverstone, un consumo privado (14).

¿Qué ocurre entre los adultos de más de 35 años con sus categorías de percepción y apreciación? Al parecer, continúan buscando en el pasado la forma de entender el presente y organizar el futuro aunque en el fondo sospechen de la ineficacia de esa vía. De allí el desconcierto y la impotencia, pero a la vez la preocupación por preservar la identidad más allá de las prácticas. Por ejemplo, los entrevistados consideran legítimo y justifican que en el pasado los consumos hayan estado subordinados a la autoridad, aún cuando se le reconozcan abusos: "y sí... mi padre era medio tirano" reconoce Humberto (67 años), a quien controlaron y castigaron corporalmente hasta que se casó. Humberto añora una disciplina que él no impuso como padre y, en el orden público, menciona a Augusto Pinochet y a Fidel Castro como figuras señeras. Sin incluir a sus hijos, dice que "hoy la juventud está perdida". Florentino, de 74 años e igualmente golpeado de chico, prioriza el diálogo porque aunque los niños actuales son "muy rebeldes (...) no se les puede aplicar la disciplina que nos han aplicado a nosotros".

Los padres de entre 35 y 50 años no difieren mayormente en sus criterios y en varios casos esperan que alguien, no ellos, ponga orden en lo que pasan por TV, en lo que ocurre en los boliches, etc. Es visible el esfuerzo que hacen muchos por adecuarse a los cambios como una forma de acercarse a los hijos y, por ejemplo, se resignan a que sean los más chicos quienes definan los consumos: "Ellos nos quitan el TV, no nos dejan ver" comenta el padre de dos niños de 15 y 9 años. En otra familia, el hijo de 11 años nos cuenta: "Mi mamá dijo en general dos horas y después mi papá mandó dos, máximo 3. Nosotros... le dimos como cinco" y, según la madre, ella "secuestra" el televisor cuando vuelve del trabajo para ver el noticiero.

Si se ven en la obligación de imponer castigos, estos pasan entre los niños por quitarles la televisión y entre los adolescentes

por impedirles salir, pero con bajo convencimiento: "Se los castiga, sí, y después nosotros afloramos..." dice Pedro (40 años). Pero aún respecto de lo que se permite en la familia no hay un criterio uniforme. Es como si se actuara por contagio, según lo que hacen los demás padres del grupo al que quieren que sus hijos pertenezcan. En general, a los jóvenes se les controlan únicamente horarios. Comenta Pedro, padre de 5 hijos y de condición humilde, que deja salir a sus hijos mayores (10 y 8 años) porque "no podemos ser tan rudos, tan rústicos... tenemos (sic) que tener flexibilidad muchas veces".

Los hijos parecen haber conquistado un espacio propio primero a través de la televisión y luego mediante la integración en grupos y actividades fuera del hogar, y los padres parecen sentirse impotentes frente a ellos. Pero tampoco aciertan a ofrecer modelos de conducta coherentes con las normas que pregonan. Por ejemplo, los adultos varones entrevistados no leen. Sin embargo, parecen adherir a la visión tardíamente apocalíptica de Sartori de que la imagen embrutece (15) Como si no fuera parte del mismo proceso, Miguel (45 años), un "televidente pesado" (siguiendo la categoría de los "heavy viewers" de Gerbner), dice en la entrevista y frente a los hijos que "yo he abolido desde el día que nací la lectura". "María es pura imagen, pura imagen, no le gusta leer... tiene todos los síntomas de la TV" dice una mamá. Sin embargo, María manifiesta preferir la radio y la música o las reuniones con amigas de su misma edad, 12 años.

El consumo de televisión merma en la adolescencia a medida que aparecen otras actividades, pero la propia adolescencia parece estar empezando antes. Mientras que los varones de más de 60 años cuentan que su despertar sexual tenía lugar entre los 17 y 18 años, hoy la atracción por el sexo empieza entre los 11 y 12 años.

¿Y qué consumos prefieren estos jóvenes? Lo más pronto posible bailar, salir con amigos, escuchar música, viajar, los que pueden chatear por Internet y "hacer más amigos", ir al cine y ver televisión. Pero todo como diversión. Las respuestas son casi invariables: "¿Por qué?, porque me divierte".

Sólo entre los más grandes aparece una cierta preocupación por la información, pero con el fin de "no hacer el tonto" cuando están en un grupo. A muchos no les interesan las noticias. Son "aburridas", "siempre lo mismo" y, además, expresan que aunque algo llegue a preocuparlos "¿qué podría hacer yo?". A instancias de la escuela suelen buscar noticias sobre ecología. Por propia iniciativa sólo abren el diario para ver los chistes, los horóscopos y los deportes si son varones. Con los adultos comparten el consumo más generalizado: noticias policiales, pero prefieren verlas por televisión "porque es más real, mirás, y es la imagen en movimiento". Un chico de 11 años cuenta que a él y sus hermanos los noticieros les causan "horror" pero los ven "si no hay otra" y les gusta "la parte de acción (...) cuando matan a la gente". Alejandra, de 18, dice que antes de ver un noticiero "prefiero escuchar música... o ver Tinelli". El único programa relacionado con la política que parece gustarles, "porque se ríe de los políticos", es "Caiga quien caiga" y Mario Pergolini comparte el cetro con el creador de "Videomatch" (Marcelo Tinelli).

Pero, no hay programas imperdibles, a excepción de los partidos de fútbol entre los varones y algunas novelas entre las mujeres. Los jóvenes se apoderan del control, luchan por él y parecen gozar haciendo zapping. El visionado es errático, aunque tienen claridad al manifestar lo que no les gusta. Si se trata de música, un ámbito que parecía generar largas e intensas fidelidades, escuchan "de todo" según la circunstancia. La radio es un medio cómodo como compañía, siempre que se limite a pasar música, y de diversión cuando da lugar al intercambio de saludos y mensajes en códigos cerrados.

Frente a la resistencia de los adultos, para los jóvenes las nuevas tecnologías, la mediatización, se han naturalizado, como si siempre hubieran estado allí. Su asombro era evidente en las entrevistas familiares, cuando los padres contaban sus propios consumos de veinte años atrás.

Las prácticas de consumo sectorizan, generan identidades, grupos, tribus, y aparecen en correlación directa con el origen familiar, el poder adquisitivo y el ámbito educativo. Se identifican con claridad por las marcas, las modas, los lugares y la actividad característica. No son lo mismo los skaters que los heavy, que los que usan motos de alta cilindrada, como no es lo mismo ir a un boliche que a otro. No es lo mismo, pero no hay referentes sólidos de identidad. Los ídolos pasan, hoy gustan, mañana no. De las grandes autoridades del pasado no queda nada.

De lo local no queda prácticamente nada, salvo el ámbito privado, de la familia nuclear y el grupo de amigos. Los consumos parecen funcionar como una operación de borramiento de ciertas dimensiones de lo local y un fuerte rechazo hacia lo público. MTV o las zapatillas Nike acortan las distancias reales y virtuales.

Mientras hoy la clase más alta se impone por su poder adquisitivo, lo importante parece ser hoy tener el dinero que garantice el acceso a los consumos. Su ausencia se vive como una verdadera frustración, una terrible desgracia, un quedar excluido de aquello que vale la pena disfrutar.

En este sentido, los jóvenes se acercan mucho a los adultos, ambos parecen coincidir en la necesidad de participar de esta "conversión ética" que trae aparejada la nueva lógica económica: no más "la moral ascética de la producción y de la acumulación fundada en la abstinencia, la sobriedad, el ahorro, el cálculo", ahora hay "una moral hedonista del consumo, fundada en el crédito, el gasto, el disfrute" (P. Bourdieu, op. cit., p. 312), aunque los consumos difieran y aunque, a diferencia de los adultos, los jóvenes no sientan culpa alguna por el placer.

Los jóvenes, con un estilo más flexible, parecen vivir un presente continuo; local sólo respecto de lo más próximo, de sus

afectos, global en tanto que absolutamente posible y abierto tanto en el espacio real como en el virtual. En buena medida desanclados de esta comunidad híbrida y reanclados en grupos que pertenecen a una sociedad global.

Ambos, adultos y jóvenes, parecen encontrar un espacio de contacto dado por la convivencia en el ámbito privado. La resistencia a envejecer y el desconcierto frente a la inadecuación de los cánones tradicionales, probablemente están convirtiendo el tradicional marco familiar de dominación y sojuzgamiento en una relación entre pares. Es probable que esta ausencia de referentes fuertes, relevantes, significativos, tanto virtuales como reales, tanto locales como globales, esté afectando la estructura familiar, tanto como el sistema de representación. Tal vez estemos frente a un proceso rápido a través del cual se va socavando la autoridad (del padre, de las personas públicas, de los líderes sociales) por la pérdida de una legitimidad que ni siquiera los adultos intentan consagrar más que a nivel del discurso.

Notas

- (1) KLIMOVSKY, G. E HIDALGO, C.: La inexplicable sociedad. Bs As. 1998. AZ Editora. P.190.
- (2) Según observaciones del historiador Ricardo Mercado Luna (entrevista de 1998).
- (3) Según datos oficiales, los ingresos totales mensuales en el período 1989/90 ascendían a unos 18 millones de dólares, de 1991 en adelante por lo menos el ingreso mensual fue creciendo hasta duplicarse y desde 1995 por lo menos se han mantenido, mientras varios sistemas e instituciones fueron transferidas a la órbita nacional.
- (4) GIDDENS, A.: Consecuencias de la modernidad. Alianza; Madrid; 1994. (p. 101).
- (5) MERCADO LUNA, R.: La Rioja de los hechos consumados. El Independiente Copegraf Ltda. La Rioja, 1991. (p.9).
- (6) BOBBIO y BOVERO: Sociedad y estado en la filosofía moderna. El modelo iusnaturalista y el modelo hegeliano-marxiano. FCE. México. 1994. (p. 135).
- (7) La planta de personal de la administración pública era en 1983 de 11.000 puestos y en 1989 de 33.000. Datos Gobernación.
- (8) REICH: El trabajo de las naciones. Javier Vergara. Buenos Aires, 1993. (p. 178/9).
- (9) BORELLO, E.: La Rioja, 1980-1987. Evaluación de la política de promoción industrial. 1988. En especial pág. 98/99.
- (10) Mercado Luna describe la vivencia laboral de los empleados públicos como "la cultura del tedio", un "tedio grotesco y despiadado que se arroja sin miramientos todos los días sobre los indefensos hogares de los miles de empleados sobrecargados de frustraciones" por "la falta de diagramación de tareas, asignación de roles y fijación de objetivos a cumplir". Mercado Luna; op. Cit. (1991. Pp.61/2).
- (11) Al buscar la cuota correspondiente a los hogares sin cable, descubrimos que a este 80% de hogares con servicio de cable había que sumarle un porcentaje importante de familias que la empresa no tiene registrado por la manera en que se "abonan": una suerte de asociación entre dos o tres familias que pagan un solo canon y se conectan entre sí sin dejar rastros externos.
- (12) ORTIZ, R.: Mundialización y cultura. Alianza. Argentina. 1997 P. 148 y 150.
- (13) BOURDIEU, P.: La distinción. Taurus. Madrid, 1988. P. 98.
- (14) SILVERSTONE, R.: Televisión y vida cotidiana. Amorrortu. Buenos Aires, 1996.
- (15) SARTORI, G.: Homo videns. Taurus. Madrid, 1997

Trabajo presentado en la II Biental de la
Comunicación, celebrada en la Universidad
de Cartagena (Colombia), en mayo de 1999

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Di Santo, María Rosa et adl. (1999): Los jóvenes riojanos y la mediatización: desanclaje de lo local y ausencia de referentes. Revista Latina de Comunicación Social, 20. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/60von.htm>