

**Periodización de la vida cotidiana en la sociedad mediatizada:
un problema político normativo en el caso de Chile.**

Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Política.

Francisca Palma Arriagada

Profesor Guía:

Claudio Salinas Muñoz

SANTIAGO - CHILE

2014

Proyecto de investigación financiado por el programa de Beca Magíster Nacional
Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología (CONICYT).

ÍNDICE

• Prefacio	3
• Capítulo I	10
• Capítulo II	25
• Capítulo III	54
• Capítulo IV	88
• Anexo	107
• Bibliografía	111

Prefacio

La entrada del supermercado está delimitada por dos puertas metálicas que se abren automáticamente cuando sus sensores detectan la cercanía de los carros o de las personas. Es ahí mismo, a un costado, donde quienes avizoran una compra breve pueden tomar sus canastos para poner en él lo “justo y necesario”.

El acceso es directo, a menos que el cliente porte una mochila o una bolsa. Es ahí cuando el o la guardia de turno se acerca para poner una huincha adhesiva que lleva escrito “seguridad”, mientras otros ingresan al salón de ventas siendo completamente ignorados. Habiendo ya recibido ese “permiso” es que los clientes pueden hacer el ingreso al mega mercado.

La primera estantería del supermercado, destinada generalmente a exhibir productos de la marca propia de la empresa, está ahora ampliada en tamaño y luce en ella un frondoso árbol que carga sobre él un peso -y un precio- especial. Son los adornos y luces que nos avisan que ya estamos temporalmente cerca del gran evento del comercio. Atrás de ese emblema, hay repisas cargadas de cajas de luces, de envases transparentes que contienen bolas y bolitas de colores, de manteles y paños decorativos, de muñecos y figuras, entre otro montón de alternativas, muchas veces repetidas, pero también novedosas.

Esos productos, con sus formas y colores nos hacen entrar al fantástico mundo de la navidad, eso sí, faltando más de dos meses para la celebración del 25 de diciembre y el nacimiento del niño Jesús.

Lo mismo se replica en otros supermercados y en el comercio en general, señalándonos lo que está por venir con una anticipación fastidiosa, que no sólo se da en esta fecha, sino que en otras instancias situadas a lo largo del año. Estamos ante una estrategia publicitaria, sin duda, pero también ante un problema de orden social. En él se enfrentan la existencia y el

rol de las conmemoraciones organizadas en el calendario con el halo de normatividad y orden que se manifiesta, como en este caso, en la anticipación y anuncio de lo que está por venir en cuanto esto expresa también un “algo que hay que hacer”.

Es que el problema de la temporalidad, su medición y percepción es central para comprender el funcionamiento de nuestras sociedades, tanto a nivel estructural como de la vida personal de todo integrante de ésta. En él reside una forma de organización y, con ello, de alguna manera, el orden, la diagramación y el control del quehacer social.

Las efemérides y conmemoraciones que se inscriben en el calendario operan como marcadores de la continuidad, manifestándose en forma ritual. Como señalan Moya y Olvera, “son actos predominantemente afectivos conformadores de identidades y pertenencias que nos generan la ilusión *nmotécnica* de continuidad temporal, creando en el terreno de lo simbólico marcas y conexiones que fijan nuestra presencia como seres sociales en una totalidad histórica aparente” (2011:60).

Lo anterior explicaría la función de guía que cumplen las conmemoraciones. De todas formas, esto puede ser observado desde una vereda más crítica y menos descriptiva, como lo ha hecho Bernard Stiegler (2002) al plantear el concepto de “programa” como circuito organizado de acciones dispuesto a su repetición.

En nuestras sociedades el problema del tiempo se halla inscrito en un dilema mayor. “Es importante recordar que la creciente diversificación de estructuras societarias y marcos de sentido en las sociedades contemporáneas, de sus grupos e identidades personales y colectivas, tiene su punto de partida en la modernidad temprana. Sin embargo, (...) lo que no es igual es el ritmo de este proceso de diferenciación” (2011:66), explican Olvera y Moya, señalando que la experiencia temporal se ha visto modificada. Esto, debido a que el tiempo para la adaptación se hace más breve por la velocidad de los cambios que repercuten en la experiencia temporal, por lo que los individuos se encuentran ante una mayor presión para acomodarse e interiorizar ciertos procesos que muchas veces son simplemente experimentados en la inmediatez.

Tal experiencia, la “aceleración del tiempo”, se daría según las autoras en la “aceleración en la transmisión de información; en los desplazamientos de mercancías y capitales; en la flexibilización del trabajo; en el reemplazo tecnológico; y en la difusión de nuevos patrones de orientación de la acción” (2011:70).

Asistiendo a este cambio “podemos afirmar que el incremento de la complejidad societal modifica el qué, el quién y el cómo de los rituales conmemorativos, especialmente de aquellos que se proponen convocar al conjunto”, considerando que “tanto las colectividades como los individuos requieren de una definición mínima de las coordenadas espacio-temporales en las que están situados para poder continuar con sus planes y proyectos” (Moya, Olvera, 2011:66).

El problema que da sentido a esta investigación deviene de la relación entre la necesidad de guía, la aceleración del tiempo en las sociedades actuales y el trasfondo normativo que posee el tema de la temporalidad. Desde su acercamiento y estudio lo hemos denominado como “periodización de la vida cotidiana”.

Esta periodización del tiempo está compuesta por una serie de efemérides, que inician su dinámica con el año nuevo y terminan con él mismo, contemplando muchas otras celebraciones como el día de los enamorados, el día de la madre, el 21 de mayo y las glorias navales, el foráneo *Halloween*, entre otras instancias dispuestas a lo largo de las hojas del calendario, que son repetidas anualmente a través de prácticas rituales en la mayoría de los casos.

Uno de los planteamientos de esta tesis es conocer cómo esta dinámica compleja y repetitiva pasa de ser una simple sumatoria de efemérides a un completo circuito anual prefigurado para ser vivido y experimentado socialmente. Es de interés este tema sobre todo por la percepción subjetiva de que esta dinámica se ha venido intensificando en nuestro país en los últimos años, correspondiéndose con lo planteado por Moya y Olvera sobre la “aceleración del tiempo”, o más bien, la intensificación del acontecer que hace que se tenga esta percepción.

Esto se ha hecho notorio en nuestro contexto, por un lado, por el aumento de la intensidad de la reclamación mediática sobre los hitos de la periodización, a partir de la anticipación cada vez mayor con la que la prensa y la publicidad los ponen en sus agendas. Asimismo, por la presencia anticipada con la que el comercio hace que las personas nos enfrentemos a las próximas festividades, restando meses de distancia en algunos casos, y habiendo abandonado recién la conmemoración del hito anterior.

Por otra parte, nos encontramos también con la instauración de nuevas celebraciones –con mayor o menor relevancia-, como por ejemplo, el “día del completo”, el “día de la chorrillana”, el “día de la piscola”, entre otros, que se integran a este calendario con plena naturalidad. Es en este sentido que se plantea que la dinámica de la periodización de la vida cotidiana extralimita el rol de guía que proviene de la necesidad humana de orientación, para cumplir una función central en el ordenamiento contemporáneo del quehacer social.

Por ello hemos optado por acercarnos al problema de la periodización de la vida cotidiana tanto teóricamente como a partir del estudio de tres casos de cobertura noticiosa a hitos concretos de esta dinámica. Desde lo teórico, serán tres los ejes generales convocados para abordar el problema: *economía, mediatización y política*.

Sobre el primer eje, hablaremos del consumo estrechamente vinculado a cada hito de la periodización, casi como un factor inherente en relación a las efemérides, dado que éstas implican una serie de comportamientos, los que mayoritariamente tienen que ver con la adquisición de productos y la contratación de servicios, como son los regalos, la comida y la bebida, el transporte, entre otros (por ejemplo, no se concibe navidad sin regalos, ni fiestas patrias sin parrilladas).

La *mediatización* es otro aspecto infaltable para observar el fenómeno, ya que refiere a la presencia e importancia de los medios de comunicación masivos para comprender los procesos sociales en la actualidad. Éstos, desde la referencia misma de los hitos de la periodización, son los que presentan y construyen realidades. Se plantea también que son los medios los que en su rol de productores de sentido contribuyen a la naturalización de los

hitos y sus comportamientos implicados, en una lógica de legitimación de éstos, que operan como incuestionables, como “naturales” y dados.

Finalmente, otro de los ejes de la investigación corresponde a la política, entendida siguiendo los planteamientos de Juan Pablo Arancibia, quien la delimita como “un campo general de significaciones donde se produce el litigio y la disputa por la instauración de un poder y una hegemonía interpretativa, que gobierne y domine el campo general de representaciones y sentidos sociales” (2006:91). Desde esta propuesta podemos anticipar que entendemos el fenómeno de la periodización de la vida cotidiana como una dinámica donde las significaciones y discursos proponen un marco de interpretación acuñado bajo un modo de ejercer el poder y con ello la configuración de imaginarios sociales.

Esto último se manifiesta en un cruce entre los tres ejes propuestos, lo que ha dado sentido a la hipótesis central de esta investigación que presume que los hitos que integran lo que este trabajo ha llamado periodización de la vida cotidiana, no sólo estarían estrechamente vinculados al consumo como práctica, o meramente acompañados por los discursos y notificaciones de los medios de comunicación como portadores de sentido en la sociedad mediatizada; sino que, por sobre todo, implicarían un ejercicio político de administración y normalización de la vida.

Esto último, a partir de la direccionalidad de las prácticas de consumo, instada por el discurso publicitario y referenciado (o más bien, representado socialmente) por el discurso mediático. Esta lógica normativa se daría también a partir de la dinámica de pre-escritura del futuro cercano e inmediato que posee la periodización, produciendo un encuentro de temporalidades: el previo anuncio de la publicidad y su enunciación/representación en el dispositivo mediático. Este encuentro multidimensional se expresaría no sólo en las prácticas de consumo propiamente tales, sino que contribuiría a construir determinados imaginarios sociales que guiarían la comprensión de una determinada sociedad posible.

Para expresar toda la trayectoria investigativa ejecutada, comenzaremos haciendo una revisión del contexto en el que opera la problemática de la periodización de la vida

cotidiana, el que será abordado con algunas precisiones histórico –sociales y por la revisión de algunos conceptos clave. Este primer capítulo se refiere al modelo económico y al consumo en nuestra sociedad, cercada por la mediatización como proceso determinante y dialogante con el sistema. Entre los conceptos propuestos encontramos la idea de imaginario social, acceso, consumo y mediatización.

Luego pasaremos a la revisión de los conceptos y categorías propiamente tales, que ayudarán a explicar el fenómeno de la periodización de la vida cotidiana, los que serán abordados a partir de autores, como Henri Lefebvre, Michel Foucault, Jean Cazanueve, Juan Pablo Arancibia, Norbert Elías entre otros, quienes dialogarán en torno a la idea de temporalidad, ritualidad, vida cotidiana, racionalidad política, orden y naturalización.

Será a partir de este constructo teórico que se pasará a explicar la metodología de trabajo que comprende además de la revisión bibliográfica y el trabajo teórico, el estudio de tres casos de tratamiento informativo del noticiario televisivo en festividades del calendario anual. Elegimos para esta investigación las festividades del “día del padre”, “fiestas patrias” y “navidad” y la cobertura de Televisión Nacional de Chile. Tras el visionado de la cobertura en el noticiario central de TVN, se extrajo información en función de la confección de un instrumento de estudio. Éste corresponde a una grilla de análisis compuesta de categorías que devienen del proceso de revisión teórica en diálogo permanente con la cobertura televisiva de las festividades aludidas.

Tanto el capítulo I como el II pretenden cimentar y explicar los diferentes aspectos del problema, a nivel teórico, para hacer un cruce y diálogo con el proceso de estudio de casos, quedando esto explicitado en el capítulo III, que comprenderá la descripción de lo obtenido luego del estudio y la descripción y el análisis de esta información.

El último apartado de este texto, el capítulo IV, corresponderá a la presentación de los resultados, los que apuntarán a responder a la pregunta de investigación: ¿de qué manera y bajo qué racionalidades y mecanismos, la dinámica de la periodización normativiza la vida social desde el comportamiento cotidiano?

Este último apartado del texto planteará además las proyecciones que posee el tema estudiado, tanto a nivel social como investigativo.

Capítulo I: Escenario

En noviembre de 1997, en pleno proceso de modernización del Estado chileno, el ejecutivo presentó el proyecto de ley para crear la Defensoría Nacional del Usuario, planteado como un órgano dependiente del Ministerio de Economía.

Esta propuesta, que finalmente no se concretó y que fue retirada el año 1998, evidencia una concepción respecto de lo que representan los derechos ciudadanos, emparentados con el ámbito económico, y por supuesto, cercanos a los derechos del consumidor. Esto, porque el proyecto de Defensoría Nacional del Usuario del gobierno de Eduardo Frei Ruiz Tagle deviene de un proceso anterior que en dos oportunidades intentó consolidar en Chile la figura del “Ombudsman” (defensor del pueblo), desvirtuando finalmente este supuesto, pues la ley propuesta se establecía bajo una relación clientelar entre personas y el Estado.

La concepción inscrita en este ejemplo podemos relacionarla con lo expuesto en el clásico texto de Néstor García Canclini, “Consumidores y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización” (1995), en el que plantea que nuestras sociedades se encuentran ante un giro significativo donde otros medios de participación son los que responden a las preguntas básicas sobre la ciudadanía (derechos, relación con las instituciones, etc.), entre ellos, el consumo y los medios masivos.

Como plantea García Canclini, este fenómeno se debe a “la descomposición de la política y el descreimiento en sus instituciones” (1995:13). “En otro tiempo el Estado”, explica el autor, “daba encuadre (aunque fuera injusto y sesgado) a esa variedad de participaciones en la vida pública”. Actualmente es el mercado el que establece “un régimen convergente para esas formas de participación a través del orden del consumo” (1995:21).

Esto último estaría dado por una dinámica organizativa del mercado:

“El mercado desacreditó esta actividad de una manera curiosa: no sólo luchando contra ella, exhibiéndose más eficaz para organizar las sociedades, sino también

devorándola, sometiendo la política a las reglas del comercio y la publicidad, del espectáculo y la corrupción” (1995:18).

En esa preponderancia del mercado como orden social, conjugado con otros modos de informarse, se establecieron otras formas de entender la pertenencia a la comunidad y “de concebir y ejercer los derechos” (1995:23). En el caso de Chile esta lectura sobre la relación entre el rol de ciudadano y el de consumidor está marcada por una serie de factores, donde uno de los principales, es el sistema económico imperante, el que ha determinado una forma particular de integración social y de concepción de la figura del ciudadano.

Si bien no es posible adjudicar una responsabilidad total, es en la dictadura militar donde la economía nacional da un vuelco significativo, donde ciertas condiciones se vuelven determinantes. Como señala el economista Ricardo Ffrench-Davis:

“A medida que un grupo ultra-neoliberal ampliaba su poder, hasta hegemonizar la conducción de la política pública, se fue extremando la gama y profundidad de los cambios estructurales”, entre estos, la “eliminación de los controles de precios; apertura indiscriminada de las importaciones; liberalización del mercado financiero, tanto en términos del acceso de nuevas instituciones como de las tasas de interés y de la asignación del crédito, seguida a fines de la década de una amplia liberalización de los flujos internacionales de capitales; reducción del tamaño del sector público y restricciones del accionar de empresas del sector; devolución a sus antiguos propietarios de empresas y tierras expropiadas; privatización de empresas públicas tradicionales; supresión de la mayoría de los derechos sindicales existentes al inicio del régimen” (2002:31).

Todos estos aspectos son posibles de relacionar con el paradigma neoliberal de la economía. Al respecto, es Norbert Lechner quien amplía esta mirada y define un rol político-económico determinante en la realidad nacional con el término de “neoconservador”. Según el autor, las facciones económicamente dominantes desarrollaron un proyecto neoconservador, el que no es sólo una reacción contra la Unidad Popular, “ya que su predominio sobre enfoques corporativos o de ‘seguridad nacional’

radica en ofrecer una fundamentación histórico–filosófica para una radical e integral ‘capitalización’ de la sociedad chilena” (2007:138).

Lechner explica que en medio de un paradigma democrático y socialista, en donde los procesos de producción están bajo una “decisión colectiva y consciente sobre el proceso de producción”, son los discípulos chilenos de Friedrich Hayek quienes, “al contrario, abogan por la subordinación de todas las relaciones sociales a las ‘leyes de mercado’”. En esa propuesta se da “la utopía de una racionalidad formal como ley absoluta, eliminando todo conflicto entre postulados materiales contrapuestos, o sea, aboliendo la política” (2007:140).

Es en este contexto donde se comienza a esbozar para posteriormente materializar esta “propuesta” neoconservadora, que se encarna principalmente en el valor de la “libertad” en su sentido neoliberal. Para quienes la promulgan, sería el Estado, “pretextando el desarrollo, el bienestar social o la justicia o igualdad”, el que sofoca la libertad individual. Entonces, “el mercado sería el medio adecuado para lograr la libertad deseada. Para que el mercado funcione plenamente (‘que los ciudadanos sean dueños de sus propias decisiones’) hay que eliminar toda intervención que lo distorsione (‘mero arbitrio de la autoridad gubernativa’)” (2007:142).

Considerando que son el consumo, los medios de comunicación y valores consagrados como la libertad, las instancias donde se responden las preguntas que antes correspondían a otro corolario, como las instituciones gubernamentales y al rol de ciudadano, estamos ante una situación a la que vale la pena acercarse a estudiar.

Este rol de “ofrecer respuestas” asignado al mercado, está directamente relacionado con lo que plantea Michel Foucault en el texto “El Nacimiento de la Biopolítica” (2007). En el contexto del Medioevo el mercado ocupaba un lugar de “justicia”, en el sentido que le correspondía el resguardo de los precios y la repartición. Hoy, según explica el autor, le corresponde un rol más amplio: es un lugar de “verdad”:

“Y es ese mismo lugar, y no la teoría económica, el que, a partir del siglo XVIII, llegaría a ser un ámbito y un mecanismo de formación de verdad. Y, {en vez de} seguir saturando ese lugar de la formación de verdad de una gubernamentalidad reglamentaria definida, va a reconocer –y es aquí donde suceden las cosas- la necesidad de dejarlo actuar con la menor cantidad posible de intervenciones que, justamente, pueda formular su verdad y proponerla como regla y norma a la práctica gubernamental. Ese lugar de verdad no es, claro está, la cabeza de los economistas, sino el mercado” (Foucault, 2007:46).

El mercado constituye un lugar de veridicción (“semantizador”, “significador”, “gestor” o “administrador”), “en la medida en que a través del intercambio permite vincular la producción, la necesidad, la oferta, la demanda, el valor, el precio, etc.” (2007:49).

Conjugando su condición de semantizador de una determinada (o determinadas) verdades, desde el punto de vista de la propuesta neoconservadora el mercado debe actuar libremente, dejando el rol gubernamental como observador total, interventor nunca, regulador en parte, pero por sobre todo como un marco legal donde operar a voluntad.

Consumo y Consumismo

Continuando con la idea de la libertad y con lo planteado por García Canclini (1995) sobre los nuevos espacios de respuesta a las necesidades del “ciudadano -consumidor”, el consumo como práctica cotidiana encarna materialmente dicho valor de libertad, ya que expresa el desenvolvimiento y aplicación de una voluntad de “observar”, “evaluar” y “elegir”, de manera libre, constituyéndose también como instancia de participación.

Haciendo un diagnóstico de la importancia del consumo en la actualidad, es Zigmunt Bauman quien señala que nos encontramos ante una “sociedad de consumidores”. Según él, el propósito del consumo en este tipo de sociedad “(aunque pocas veces se diga con todas las letras y casi nunca se debata públicamente) no es satisfacer necesidades, deseos, apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en producto” (2006:83).

El autor plantea un cambio en la delimitación, o más bien, la inexistencia de delimitación, entre “el sujeto cartesiano” y el “objeto” ya que “lo que la singulariza y distingue de otros tipos de sociedad es justamente que las divisiones antes mencionadas son *borrosas*, y finalmente terminan por *borrarse*” (Bauman, 2006:25). Estaríamos ante una dinámica de “cosificación” del individuo en donde éste es visto como “objeto” (en el concepto de “cosa” y de “objetivo”). Asimismo, Bauman ofrece una distinción conceptual entre “consumo” y “consumismo”. Sobre el primero señala que corresponde a un rasgo humano y sobre el segundo a un rasgo social:

“En realidad, si se lo reduce a su forma arquetípica en tanto ciclo metabólico de ingesta, digestión y excreción, el consumo es una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta atado ni a la época ni a la historia”, explica el autor. El consumo cumple una función imprescindible para “la supervivencia biológica que nosotros, los seres humanos, compartimos con el resto de los seres vivos, y sus raíces son tan antiguas como la vida misma” (2006:43), señala Bauman explicando el carácter básico del consumo en el ser humano. Eso por un lado.

Bauman explica que otro papel importante del consumo tiene que ver con “su rol como canonizador (uno de ellos, si no el principal) de los patrones de relaciones interhumanas”, determinando el “estilo y el sabor de la vida social” (2006:44). Esta última definición abre la puerta a una lectura más compleja del concepto.

Teniendo esta base, Bauman define el concepto de consumismo, sobre el que señala que “es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere “neutrales” respecto del sistema) en la *principal fuerza de impulso y de operación* de la sociedad” (2006:47). Esta fuerza coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, “así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales” (2006:47).

Esa “fuerza” evidencia la relevancia que tiene el consumo manifestado en consumismo en la sociedad actual. Sobre esta importancia Mike Featherstone se refiere a la centralidad que ha adquirido el consumo, no como un acto en sí “como derivado no problemático de la producción” (1991:38), sino que en el marco de la configuración de una “cultura de consumo”.

Esto último estaría dado por la “actual fase de exceso de oferta de bienes simbólicos en las sociedades occidentales contemporáneas y las tendencias al desorden y la desclasificación culturales” que “están colocando en el primer plano las cuestiones culturales, y tiene vastas consecuencias para la forma en que conceptualicemos la relación entre la cultura, la economía y la sociedad” (1991:38-39). Por esto para Mike Featherstone “la sociedad de consumo se vuelve esencialmente cultural”.

Sobre esto Mary Douglas y Baron Isherwood plantean en “El mundo de los bienes” (1979) que las decisiones relativas al consumo “se convierten en la fuente vital de la cultura del momento”. Para estos autores “el consumo es, por antonomasia, la arena en donde la cultura es motivo de disputas y remodelaciones” (1979:72).

En esta misma línea Zigmunt Bauman plantea que el consumismo forma parte de la construcción social del individuo, además de ser un factor clave en la autoidentificación, a nivel individual y colectivo. Esto nos lleva a visualizar en el consumismo un componente constructivo en el aspecto de la identidad. En tanto, García Canclini señala que las identidades, su construcción constante y su relación con la cultura “se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse” (1995:14).

Siguiendo la relación consumo – identidad y “cultura de consumo”, es Henri Lefebvre quien nos entrega otro antecedente:

(Si consideramos que) “existe el paso de una vieja cultura fundada en la limitación de las necesidades, en la <economía> y la organización de la escasez a la nueva cultura fundada en la abundancia de la producción y la amplitud del consumo (...), la ideología de la

producción y el sentido de la actividad creadora se han transformado en *ideología del consumo*” (1980:74).

En medio de este escenario, Lefebvre señala además que no hay distinción entre el consumo material de objetos y el consumo de “signos, imágenes, representaciones”, las que califica de “soportes sensibles” (1980:116). “El acto de consumir es tanto un acto imaginario (por tanto, ficticio) como un acto real (dividiéndose a su vez lo <real> en coacciones y apropiaciones)” (1980:116), señala el autor.

Otro antecedente que caracteriza a la *sociedad de consumidores* de Bauman, la *cultura de consumo* de Featherstone y la *ideología del consumo* de Lefebvre es lo que el primero señala respecto a la idea de “promesa”. Los argumentos de la sociedad de consumo se “basan en la promesa de satisfacer los deseos humanos en un grado que ninguna otra sociedad del pasado pudo o soñó hacerlo”. Estas promesas serían de corte “efímero” ya que “sólo conserva su poder de seducción siempre y cuando esos deseos permanezcan *insatisfechos*” (2006:70).

Esta es una clave de la permanente regeneración del deseo. Éste se manifiesta como inacabado para seguir aspirando a otros deseos, ampliándose y masificándose, extralimitando su estructura temporal. Sobre esto, Tomás Moulián plantea que para que el acto de adquirir alcanzara “el estatuto de deseo reservado para lo que tiene raíces (instintos, pulsiones) tuvo que ocurrir una transformación en la naturaleza de lo deseable” (1998:21-22). Moulián denomina este proceso como “la externalización del deseo”.

Al igual que el consumo en sí, el deseo según expresa Néstor García Canclini, operaría de modo ordenado ya que “ninguna sociedad ni ningún grupo soportan demasiado la irrupción errática de los deseos, ni la consiguiente incertidumbre de significados. Dicho de otro modo, necesitamos estructuras en las que se piense y ordene aquello que deseamos” (1995:46). En relación a esto podemos decir que la dinámica de la periodización, que comprende una sumatoria organizada de hitos conmemorativos de mayor o menos magnitud y masividad, colabora en esta organización de los deseos y del consumo a partir de ciertos lineamientos que despliega en cada tipo de festejo y en cada época del año,

provocando una coherencia interna entre lo deseado y lo consumido, promoviendo así un orden.

A esto se suma un ordenamiento de la producción ya que al saber la “tipología” de objetos que serán consumidos es que los productores anticipan qué deben poner a disposición.

Tomás Moulián se refiere al problema de la idea de consumo, pero desde una mirada más local. En su libro “El Consumo me Consume” (1998) propone la existencia de tres figuras ético-culturales arquetípicas que podemos encontrar en la sociedad actual: el asceta, el hedonista y el estoico. El primero, con objetivos trascendentales que se superponen a los deseos individuales; el segundo que sólo responde a los placeres; y el tercero que “representa en nuestra cultura a aquellos que intentan preservar su estructura íntima del asedio vertiginoso de esta sociedad consumatoria, en la que el mercado trata de devorarnos y el alud de información impedirnos pensar” (1998:18).

Dice Moulian:

“Esa muerte de los motivos trascendentales, que orientan a los sujetos a comportamientos ascéticos o estoicos, tiene relación con el cambio de matriz cultural que ha tenido lugar en América Latina por la instalación del neoliberalismo, sea este proceso dictatorial o políticamente ‘pacífico’” (1998:27).

El autor plantea una presencia importante del arquetipo del hedonista dado que la construcción de nuestras sociedades latinoamericanas “en el disciplinamiento va acompañada del gozo” (1998:24), es decir, desde estrategias sutiles y no violentas en el sentido estricto, como es por ejemplo la proposición de cánones estéticos, de modelos identitarios, de valoraciones positivas respecto al consumo, entre otras posibilidades.

Imaginario

Todo lo anteriormente mencionado sobre necesidades insatisfechas, sociedad de consumidores y deseo, se encuentra anclado en determinadas condiciones materiales. Pero ese plano no es lo único que garantiza la posibilidad de operar de esta dinámica.

En un plano simbólico observamos la consolidación de un determinado imaginario social (particularmente, entre otros posibles), concepto definido por Charles Taylor como el modo en que las personas imaginan su existencia social, “el tipo de relaciones que mantienen unas con otras, el tipo de cosas que ocurren entre ellas, las expectativas que se cumplen habitualmente y las imágenes e ideas normativas más profundas que subyacen a estas expectativas” (2006:37).

Taylor plantea que “el imaginario social es lo que comparten amplios grupos de personas (...) Es la concepción colectiva que hace posibles las prácticas comunes y un sentimiento ampliamente compartido de legitimidad” (2006:37). En otras palabras, al imaginario le compete un encuadre de lo posible. Constituye un código social en donde se verifican las posibilidades de acción ya que “nuestros actos cobran sentido en el marco del conjunto de nuestro mundo, es decir, de nuestra concepción del lugar que ocupamos en el tiempo y en el espacio, en la historia y entre las demás personas” (2006:42). En otras palabras: el imaginario social nos brinda “sentidos comunes” y orientaciones compartidas que legitiman el accionar.

Esto tiene que ver con la idea de Mauricio Lazzarato quien plantea que el mundo capitalista no es sólo un modo de producción sino que provee “modos de mundo” (2006:101). Estos mundos además de ser concretos son simbólicos y estéticos, y comprometen “la expresión y la efectuación de los mundos y las subjetividades incluidas en ellos, la creación y la realización de lo sensible (deseos, creencias, inteligencias preceden a la construcción económica” (2006:101).

El autor sentencia que “la guerra económica que se juega a nivel planetario es de este modo y en varios sentidos una guerra estética” (2006:101) y en esto juega un rol vital la

construcción y validación de los imaginarios sociales o modos de mundo ya que en éstos se inscriben las sensibilidades descritas por Lazzarato.

Sobre nuestros imaginarios sociales sobre el consumo a nivel local, encontramos un elemento determinante en su configuración: la idea del acceso. Relacionado a lo que decía Henri Lefebvre sobre el paso de una sociedad organizada en la escasez a una cultura fundada en la abundancia, en la sociedad chilena nos encontramos con el fenómeno de la expansión crediticia a partir de los años 80. Este fenómeno ha tenido un efecto económico a partir del mayor endeudamiento, pero también ha tenido repercusiones en el imaginario social al construir la idea del acceso a partir del crédito como medio. Pensamos que se ha ido consolidando un imaginario del acceso al consumo.

Es Moulián quien sitúa lo anteriormente mencionado cuando señala que en nuestra sociedad “frente al universo incierto y ascético de la vida laboral, se inventa como contrapeso, una salida, la construcción hedonista del mundo, materializada en las posibilidades fluidas del consumo a crédito” (1998:57). La inserción del consumo a crédito “produce una cultura del consumismo, del consumo vertiginoso, que proporciona goce instantáneo pero compromete el futuro (1998:23).

El deseo, removido desde su estatus pulsional a una referencia superficial y externa está a la mano de inducciones, las que “quedarían bloqueadas si no se hubiera creado una poderosa estructura de facilitación del consumo. Se trata de la cadena del crédito, formada por múltiples eslabones” (1998:38). El acceso al crédito, dice el autor, permite el consumo de forma instantánea, lo que se transforma en la rápida realización del deseo, ya exteriorizado. “Esta turbadora accesibilidad incita el enviciamiento” (1998:38), sentencia Moulián.

Esto tiene que ver con el juego temporal explicado por Bauman sobre la dinámica de la promesa insatisfecha, la promesa incumplida que es capaz de renovarse constantemente, dando así proyección a su operatividad. El crédito es una vía de acercamiento a la necesidad por satisfacer, pero al ser conseguida, inmediatamente tenemos chance de posicionar otra promesa (un nuevo artículo del mercado, una nueva versión de éste, etc.).

Estamos ante un problema relativo a la dinámica, motivaciones y repercusiones del consumo, las que consolidan un imaginario social que valida su práctica misma. Al respecto, es Henri Lefebvre quien nos ofrece una advertencia: “lo imaginario, en relación con la cotidianidad práctica (coacción, apropiación), tiene una función: enmascarar el predominio de las coacciones, la escasa capacidad de apropiación, la agudeza de los conflictos y de los problemas <reales>, y, en ciertos momentos, preparar una apropiación, una inversión práctica” (1980:115). Es por esto que el problema planteado no es netamente económico: su naturaleza responde a un corolario político.

En tanto, respecto al acceso -consumo - crédito, Moulián señala que:

“Una crítica al consumo no puede limitarse a constatar que ella es funcional a las necesidades del modelo de acumulación y su necesidad de una vertiginosa realización de una oferta que ya ha superado los límites nacionales y continentales y se desplaza por el mundo. Tiene que mostrar además que ella ejerce una seducción sobre los individuos, no sólo por la creación de un imaginario feliz a través de la propaganda. También porque realiza sus aspiraciones y deseos, porque se ha convertido en una zona de realización de placer dentro de una vida cotidiana empobrecida” (1998:74).

Pero el problema es más profundo que la consagración de los gustos y deseos. Tal como ha señalado García Canclini, “el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” lo que ayuda a ver los actos de consumo “como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas” (1995: 42-43).

Entonces, el consumo se ha convertido en “cultura de consumo”. Ha sido posible consolidarla gracias a mecanismos como la expansión del crédito como medio de pago que ofrece la realización de los deseos un “hoy”, pero comprometiendo el futuro mediante la deuda. Con toda una legalidad que permite su funcionamiento, el consumo a crédito se ha ido legitimando más aún en la relación desequilibrada entre la realidad de los ingresos y los anhelos incitados. En el marco de una “cultura de consumo”, esta instancia se convierte en espacio de construcción identitaria, en alimento para la construcción de imaginarios

sociales validados, en pacificación de diferencias a partir de la “posibilidad para todos”, entre otras cosas.

Como plantea Mauricio Lazzarato, consumir no se reduce a comprar “como enseñan la economía política y su crítica, sino que significa en principio pertenecer a un mundo, adherirse a un universo” (2006:101-102).

Mediatización

Tal como ya lo señalaba Lefebvre, el consumo no se reduce sólo a la adquisición de productos materiales, sino que no hay corte entre esto y el consumo de signos (“soportes sensibles” en general). Son los medios masivos de comunicación y la publicidad donde nos encontramos principalmente con estos contenidos y dispositivos. Es por eso que debemos acercarnos a las lecturas sobre los medios en la actualidad.

Es Jesús Martín Barbero quien en un artículo del texto “Sociedad Mediatizada” (2007) de Denis de Moraes plantea que la comunicación y los medios masivos se encuentran arraigados en una “complicidad discursiva con la modernización neoliberal, racionalizadora del mercado como único principio organizador de la sociedad en su conjunto, según el cual, agotado el motor de la lucha de clases, la historia habría encontrado su recambio en los avatares de la información” (74).

Esta relación, esta complicidad planteada por Martín Barbero, se encuentra presente en el paso transformador del rol de los medios de comunicación.

En un primer paso, Jesús Martín Barbero plantea que de los medios como instrumentos, canales o mecanismos de comunicación, la sociedad avanzó a lo que él denominó “mediaciones”, “esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales” (1987:203). Con esa apuesta, serían los medios el lugar donde se responderían muchas de las preguntas referidas a la cultura, convirtiéndose en dispositivos de

reproducción de la realidad, explicada y vista desde las perspectivas propuestas e impuestas.

Posteriormente, es Eliseo Verón quien ve el rol de los dispositivos mediáticos más radicalmente al proponer que de las mediaciones, pasamos a la “mediatización general de la sociedad”, lo que “hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un `real´ al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de *producción* de sentido” (2001:12-13).

Sobre este último punto, hemos acudido a Miquel Rodrigo Alsina, Charles Taylor y Juan Pablo Arancibia, quienes desde sus propuestas se refieren a la producción social de la realidad relacionada con los dispositivos mediáticos. Es en este punto donde encontramos la radicalidad de la mediatización como fenómeno.

Partiendo por la definición del producto básico de los medios de comunicación, la noticia, es Miquel Rodrigo Alsina quien señala que ésta “es una representación social de la realidad producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (1989:185). Agrega que corresponde a un “fenómeno de generación del sistema” e incluso indica que el oficio de periodista es de “productor de la realidad social”.

Esto último podemos vincularlo a lo ya revisado sobre imaginarios sociales, definidos como marcos de posibilidad y de sentidos comunes de la sociedad, compartidos por sus integrantes. Podemos decir que esos imaginarios sociales responden también al fenómeno de la mediatización ya que son configurados en relación a los medios dada la preeminencia que estos tienen hoy día en la vida cotidiana.

Juan Pablo Arancibia, que habla desde el estudio del noticiario televisivo, señala que:

“Si toda la realidad que hay está dentro de las pantallas, se produce desde ahí, se concibe, se enuncia, se describe y explica, ya la expresión objetividad debe ser incorporada al estatuto

constitutivo de la inmanencia televisiva, es decir, la televisión no alude ni refiere a un mundo externo, sino que se autorrefiere, inscribe lo que es el mundo, lo produce, lo redacta y socializa como imperativo de todo lo real” (2006:145).

Sobre este punto Francois Hartog plantea que “nos encontramos en un tiempo mediático de historización rápida, casi cotidiana del presente” (2010:2). Para el historiador estamos ante un mundo que privilegia lo directo y lo interactivo, que “habla más gustosamente del “pasado” (categoría vaga) que de historia, que presta mucha atención a la conmemoración, a su puesta en escena y a todas las técnicas de presentificación más que de explicación” (2010:4).

Que los medios sean los constructores de la “historia del presente”, valiéndose de su hegemonía discursiva y masividad, no quiere decir que necesariamente tengan que ofrecer discursos complejos sobre el presente, pasado y futuro. Esto, considerando que su narratividad y producción está cruzada por la velocidad de la vorágine informativa, la que ayuda a provocar esa distancia entre información y adaptación a los contextos como ya plantearon Olvera y Moya (2011).

Esta capacidad constructora estaría potenciada por lo que Eliseo Verón dice sobre que los dispositivos mediáticos y sus discursos poco a poco “toman forma y se autonomizan: encuentran su propia especificidad, articulan reglas que les son propias, se transforman en lugares de producción de los eventos de lo `real` social, administran las interfaces y negociaciones entre diferentes juegos de discurso” (2001:37).

Sobre la especificidad del discurso noticioso televisivo, Arancibia indica que su potencial de constructor de la realidad social queda expresado en que éste narra cotidianamente “en cuanto a su presencia narrativa; en cuanto al modo y tiempo de narrar; en cuanto al contenido de lo narrado y en cuanto a los ritos y acontecimientos que organizan su narración” (2006:115). Según lo anterior, esta narración no sería tan sólo de acompañamiento o referencialidad, ya que los medios no sólo hacen memoria del pasado y narran el presente, sino que auguran el futuro a partir de los mundos posibles ya mencionados.

En este escenario, Jesús Martín Barbero agrega que la tecnicidad tiene parte en este diálogo de la mediatización automatizada e imaginarios sociales. Para él lo que ha cambiado y potenciado lo anterior son además “las condiciones de circulación entre lo imaginario individual (por ejemplo, los sueños), lo imaginario colectivo (por ejemplo, el mito) y la ficción (literaria o artística)” (2007:89). Dice Martín Barbero:

“Tal vez sean las maneras de viajar, de mirar, de encontrarse las que han cambiado, lo cual confirma la hipótesis según la cual la relación global de los seres humanos con lo real se modifica por el efecto de representaciones asociadas con las tecnologías, con la globalización y con la aceleración de la historia” (2007:89).

Al respecto, Néstor García Canclini propone que las transformaciones en las tecnologías de producción y en la comunicación más “extensiva e intensiva entre sociedades –y de lo que esto genera en la ampliación de deseos y expectativas–” (1995:14-15) ponen en inestabilidad las identidades nacionales. Esto último nos lleva nuevamente al tópico de la identidad, previamente vinculada al consumo como instancia productora.

Al respecto, dice Denis de Moraes: “Las tecnointeracciones ejercen una acusada influencia en los patrones de sociabilidad y en las percepciones de los individuos” (2007: 24). Y agrega: “Las zafas mediáticas generalizan textos e imágenes que estructuran simbólicamente la vida y la producción, conformando así el *ethos* del consumo” (2007:24).

Por tanto, estaríamos en presencia de una articulación entre identidad, consumo y mediatización. Lo anterior es posible verificarlo, además, en lo planteado por Martín Barbero cuando se refiere a que “los dispositivos de massmediación se hallan ligados estructuralmente a los movimientos en la legitimidad que articula la cultura”. Esta disputa, estaría dada principalmente en el imaginario, con la finalidad de asegurar “así el consentimiento activo de los dominados. Pero esa mediación y ese consentimiento sólo fueron posibles históricamente en la medida en que la cultura de masas se constituye *activando* y *deformando* al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular, e *integrando* al mercado las nuevas demandas de las masas” (1987:135), es decir, en un proceso de apropiación progresivo y sigiloso.

Capítulo II: Conceptos

Siendo 20 de agosto, la Galería Santiago Centro ubicada a la salida del Metro Universidad de Chile luce en su pórtico enormes encintados tricolor junto a unos rosetones del mismo material.

Pronto esos elementos decorativos se ramificarán a las vitrinas del sector y de todo el comercio en todo el país, llegando a los edificios de oficinas y a las reparticiones públicas, al comercio minorista y al *retail*, que de modo ornamental y/o comercial anunciarán con estas señales que se acercan a paso rápido las fiestas patrias. Pronto esta estética se replicará en la prensa escrita y en las revistas con publicidad pagada, en la prematura cobertura de eventos relacionados, hasta llegar a su *peak*, por cierto, en las fechas de la celebración misma. Terminado este evento, quizás con una semana o dos de distensión ornamental, el mismo comercio y los mismos medios de comunicación difundirán otro acontecimiento: Halloween.

El problema de la periodización de la vida cotidiana y su dinámica de la conmemoración de efemérides, como ya lo adelantamos al comienzo, tiene un aspecto relacionado estrechamente con el tiempo, como por ejemplo la idea de la promesa insatisfecha como método de retención del deseo, favoreciendo así su condicionamiento a lo largo de un lapso temporal.

Es Norbert Elías quien en el libro “Sobre el tiempo” (1989) nos entrega algunas definiciones de la categoría tiempo, entendido desde el punto de vista social, de su percepción y de su medición. Elías plantea que la naturaleza era una forma inicial de entender el tiempo a partir de sus procesos esporádicos que se iban repitiendo en ciclos que constituían una forma de concebirlo tras la asimilación de sus indicios.

Para explicar este y otros puntos, Elías se posiciona desde una vereda que denomina “teoría sociológica del saber y el conocer”, definida como “el estudio de la evolución de los símbolos sociales y su función como medio de orientación” (1989:40). En ese registro

serían la naturaleza y sus manifestaciones un primer modo de orientación para el ser humano en relación con la temporalidad.

Otro aspecto de la teoría sociológica del “saber y del conocer” corresponde a la concepción del tiempo como un proceso social heredado de generación en generación, y no como una vivencia individual. “El tiempo es único, porque utiliza símbolos –principalmente numéricos, en el actual estadio- para orientar en el incesante flujo del acontecer, en la sucesión de los eventos, en todos los niveles de integración: físico, biológico, social e individual” (1989:24).

Para entender el concepto de tiempo desde el punto de vista de Elías propone no basta con:

“enfrentar un <tiempo social> al tiempo físico, como sucede a veces. El fechar -<determinar el tiempo>- no puede entenderse, si se parte de la idea básica de un mundo escindido, aunque solo sea sujeto y objeto. Presupone por un lado procesos físicos, intervenga o no el hombre para modelarlos; y por otro, individuos capaces de hacer una síntesis reflexiva, de ver en conjunto lo que no es simultáneo ni sucesivo. Una idea básica para entender el tiempo: no se trata del <hombre> y la <naturaleza>, como hechos separados, sino que del <hombre en la naturaleza>” (1989:18).

La función orientadora del tiempo está dada por una serie de “guiños” que operan a modo de coordenadas. Si primero fueron los procesos naturales en su reiteración (ciclo), materializados en los procesos agropecuarios, de la organización de la producción y de la fertilidad, entre otros, es posteriormente el reloj un elemento conductor en el ámbito de la temporalidad.

“Los relojes, aún considerados como meros procesos naturales con la misma función social, sirven a los individuos como medios para orientarse en la sucesión de los procesos sociales y naturales en los que se encuentran inmersos” (1989:12), plantea Elías. Y complementa: “De múltiples maneras, les ayudan como medios para regular su conducta, coordinándola con la de los demás y con los procesos naturales, donde el hombre no interviene directamente” (1989:12).

En otras palabras, el autor plantea que el reloj no sólo mide el tiempo propiamente tal, sino que localiza los procesos sociales que le dan sentido a su paso, ordenando este devenir. Es este el efecto orientador en la actualidad, ya que son procesos los que se organizan, los que representan códigos sociales que se comparten y emplean colectivamente. Sobre esto es Anthony Giddens quien en “Consecuencias de la modernidad” explica que el reloj mecánico y su difusión a la población fue de “crucial importancia en la separación del tiempo y el espacio. El reloj expresó una dimensión uniforme del tiempo <vacío> cuantificándolo de tal manera que permitió la precisa designación de zonas del día” (1993:29).

Esto se corresponde con la universalización del reloj, los años, los meses, las semanas, los días, las horas, los minutos y los segundos como unidades de medida, escindidas de la territorialidad como prerequisite de comprensión del paso del tiempo. Esto posibilitó lo planteado por Elías sobre que los instrumentos no miden sólo “el paso del tiempo”, sino que procesos sociales, que tienen sentido en función de eso mismo, de ser sociales y por ello compartidos y comprendidos por un grupo de personas que organizan su quehacer en determinadas dinámicas (se trabaja de día y en ciertos días de la semana, principalmente, se come a tal y cual hora, etc.).

“Pero, ¿acaso los relojes no miden el tiempo? Sin lugar a dudas, miden algo; pero ese algo no es, hablando en rigor, el tiempo invisible, sino que algo muy concreto: una jornada de trabajo, un eclipse de luna o el tiempo que un corredor emplea en correr 100 metros” (1989:11), explica Elías para ejemplificar que el reloj no mide sólo ese tiempo físico matemático, sino que más bien sitúa y orienta los procesos sociales, cotidianos o no.

Norbert Elías también se refiere a un instrumento que suscribe el tiempo social en una dinámica mayor e imprescindible para la comprensión del funcionamiento de nuestras sociedades: el calendario. “La sucesión irrepetible de los años representa en este caso y de modo simbólico la secuencia irrepetible de un proceso social y natural” (1989:16). El autor explica que el calendario es un medio fundamental para orientarse en el *continuum* del mundo, que es natural y social a la vez.

“Así pues, días y meses del calendario es, en sociedades más complejas, imprescindible también para regular los tratos entre los hombres; por ejemplo, la determinación de las vacaciones y la vigencia de los contratos” (1989:16), señala.

Es acá donde podemos vincular lo planteado por Elías con el problema de esta investigación: la periodización de la vida cotidiana. Ésta, compuesta de hitos como en el ejemplo de Elías sobre la determinación de las vacaciones, se inscribe en el calendario anual con sus conmemoraciones, teniendo entre sus funciones la “orientación” de los quehaceres, del tiempo laboral y del tiempo del festejo en nuestras sociedades. Esto, dado que el “carácter de dimensión universal que asume el tiempo no es más que la expresión simbólica de la vivencia de que todo cuanto existe se ubica en un proceso incesante” (1989:45), el que sin ese arraigo de ordenamiento tendría más el aspecto de un caos y menos el de un conjunto temporal organizado.

Norbert Elías señala también que el tiempo actualmente corresponde a “secuencias de otras secuencias”, las que pueden ser sociales, biológicas y/o personales, lo que nos lleva a pensar que la periodización corresponde a la sumatoria de efemérides de orden anual, pero que también hay otros ciclos que se sobre-escriben unos con otros, como en el ámbito biológico, en donde nos encontramos con una progresión de etapas (lactancia, niñez, adolescencia, adultez...); o como en el ámbito personal (levantarse, ejercitarse, asearse, transportarse ...).

La efectividad del reloj y del calendario como unidades de medida estaría dada también por la naturalidad con la que son asumidas. En nuestras sociedades, según diagnostica el autor, “el saber sobre el calendario y los relojes, como medio para la relación interhumana y para que el individuo se oriente acerca de sí mismo, de su edad, etc., se convierte en algo evidente sobre lo cual ya apenas reflexionan los miembros de dichas sociedades” (Elías, 1989:16).

Los individuos “experimentan en toda su crudeza la presión del tiempo horario de cada día y en mayor grado –según van creciendo- el acoso de los años del calendario. Y esto

convertido en segunda naturaleza parece un destino que todos los hombres deben asumir” (Elías, 1989:16), convirtiéndose así de un “padecer” a una “capacidad de síntesis” al utilizar unidades de medida temporales para situarse en el mundo y vincular múltiples sucesos. Operar irreflexivamente pero de modo ordenado ya que ese orden es naturaleza.

El tiempo desde la “teoría sociológica del saber y el conocer” estaría vinculado con otro tema descrito por Norbert Elías. “Además de la función orientadora del tiempo, existe otra función que consiste en regular la conducta y la sensibilidad humanas” (1989:44). El autor propone que el tiempo, en sus dinámicas ya descritas, opera además de orientación, como coacción de la relación entre lo individual y lo grupal, equilibrando el interés particular a las reglas que rigen lo colectivo en cuanto al uso del tiempo y la coherencia de esta utilización (tiempo del trabajo, tiempo del descanso, tiempo del consumo, etc.).

Ritualidad

La periodización de la vida cotidiana, descrita como una acumulación organizada de efemérides que se alojan en el calendario anual, supone una lógica ritual, dado que conlleva comportamientos de esta característica. Estos pueden variar según los grupos sociales y los núcleos familiares en el modo de ejercerse. Sin embargo, generalmente comprenden reuniones sociales, entrega mutua de “ofrendas” o regalos, agasajos alimenticios colectivos, ceremonias religiosas, militares y del Estado, entre otras.

Al igual que los indicios que ayudan a los seres humanos a localizarse y situarse en el tiempo, la ritualidad comparte también esa función orientadora. Al respecto, dice Jean Cazanueve:

“el hombre aparece, a primera vista, como un ser libre que crea su existencia y la funda por sí mismo, pero también, por otra parte, como sometido a compulsiones y limitaciones (...). A eso llamamos nosotros <condición humana>. Su libertad -o el sentimiento, la ilusión, o la angustia de ser libre que él experimenta- también forma parte de su conjunto, porque también esa condición hace que sea verdaderamente un hombre” (1971:28).

Esta incertidumbre que verifica esa condición humana, lleva a la necesidad de certeza a partir de lo sabido y su reiteración como validación de tal verdad, dadas esas “compulsiones y limitaciones”, que más tarde el autor plantea bajo el concepto de “angustia”. Para superarla y equilibrar la existencia humana en el arrojarse al mundo, Cazanueva dice:

“Admitamos que la libertad y la conciencia individual, que separan la humanidad de la animalidad, sean al mismo tiempo una fuente de angustia. Si tal es el caso, el hombre se hallará ante la opción de buscar hasta donde le sea posible un alivio para su angustia mediante el enmascaramiento de todo cuanto le revele su situación indefinida, o, por el contrario, aceptar la angustia para conservar y promover aquello que lo hace superior. En un caso procurará forjarse una condición humana definida por medio de reglas en un mundo estable; en el otro, considerará fuente de poderío todo cuando constituya un símbolo de lo no condicionado. Le queda, por último, una tercera solución, en que se sintetizan o, exactamente, hallan su punto de equilibrio las anteriores: establecer reglas que se relacionen con una potencia incondicionada, que sería un arquetipo extrahumano de la condición humana sin angustia” (1981:32).

Esas reglas estarían verificadas en la ritualidad, es decir, en la reiteración vivencial de éstas para ratificarlas, afirmando así las certezas construidas ante la angustia del devenir.

Profundizando sobre la función del rito, Cazanueva se pregunta:

“¿Pueden las distintas categorías de ritos explicarse por la necesidad que tiene el hombre de asumir, en una u otra forma, la condición humana? Partamos por el simple hecho de que todas las sociedades primitivas poseen ritos. Inclusive podríamos afirmar, con mayor exactitud aún, que se los encuentra en todas las sociedades humanas, o, al menos, en aquellas que el avance de los conocimientos científicos y la elaboración de filosofías abstractas no han llevado a dudar de la eficacia de las costumbres tradicionales. Es posible, pues, suponer que el rito cumple, en cuanto tal, una función” (1971:31).

En la misma línea Cazanueve señala que “el concepto de rito se adecúa tanto a fenómenos contemporáneos y próximos a nuestro entorno como a las prácticas arcaicas”. De todas formas advierte que “es posible verificar y afirmar que en el segundo caso el rito ocupa un lugar más importante que en el primero” (1971:21). Esto, quizás, porque en la actualidad poseemos otros medios de verificación de certezas que circulan con mayor rapidez y facilidad que la realización de los ritos “mayores” o conmemorativos que tienen cierta “especialidad”. Un ejemplo de ello son los medios de comunicación consagrados bajo el valor de la verdad, y en algunos casos, la objetividad.

Sobre esto, Guillermo Orozco -siguiendo a Martín Barbero- plantea en un capítulo del libro “Sociedad mediatizada” (2007) que “los cambios tecnológicos en el ámbito de la comunicación social suponen transformaciones sustantivas en las que se generan prácticas, dentro de las cuales luego tienen lugar otros cambios culturales. Estas prácticas dentro de la comunicación o prácticas comunicativas, conllevan algunos componentes de los cuales hay que destacar dos: la sociabilidad y la ritualidad (Martín Barbero, 1990)” (2007:105).

Isherwood y Douglas plantean que la ritualidad colabora en la intención de inmovilizar los significados sociales compartidos. “La mínima base consensual de la sociedad desaparece si no dispone de algunas formas convencionales para seleccionar y fijar significados que sean producto de un elemental acuerdo”, explican. “Como en el caso de la sociedad tribal, así también para nosotros: los rituales sirven para contener el curso de los significados” (1979:80).

Pero si bien el rito no resulta tan relevante en el mundo contemporáneo en comparación al arcaico, este sigue operando con fines conmemorativos y por tal -aunque no es condición *per se* pero, estimamos, funciona así- lleva vinculados un montón de comportamientos, entre ellos, el consumo. Si bien el consumo es una práctica cotidiana, y como explicaba Bauman, una característica del ser humano, este se intensifica enormemente cuando se acerca un hito conmemorativo. Esta relación entre conmemoración y consumo es parte fundamental del problema que resulta la periodización de la vida cotidiana.

La periodización es una secuencialidad ligada inherentemente al tiempo y ritualidad. Sobre esto haremos entrar otra propuesta teórica, emparentada con la idea de “coacción” del tiempo social de Norbert Elías. Es Bernard Stiegler que en su trilogía “La técnica y el tiempo” (2002) desarrolla una tesis sobre la necesidad de orientación, esto, porque el hombre “está originalmente desorientado” (esto en sintonía con la idea de “angustia” de Cazanueve).

En el caso de la segunda parte de esta serie, denominada “La desorientación” el autor se centra en esa misma característica en el contexto contemporáneo, en la que el tiempo devora el espacio por el vertiginoso pasar de éste. Como señala la presentación del libro, “en el marco del nuevo calendario el ‘flujo de conciencia’ de la colectividad mundial coincide con las emisiones temporales de los productos de las ‘industrias de programas’”.

Este último término, “programa”, Stiegler lo utiliza para explicar una idea que se puede emparentar a “secuencialidad” y “periodicidad”. “Distinguiéndose por sus periodicidades más o menos rutinarias, cotidianas o anuales, inscritas siempre en una calendariedad, los programas ritman unas *repeticiones*, desde la alimentación y el aseo personal a las fiestas religiosas, pasando por el trabajo, la oración, las normas de cortesía y las leyes de la hospitalidad”, explica (2002:114).

“Los programas” serían secuencias establecidas dispuestas para su repetición. El problema planteado por Stiegler sobre la idea de “programas” está dado más bien por la interacción que éstos poseen con el desarrollo de la técnica, que condiciona su operatividad. Stiegler va más allá, al entender, por ejemplo, la escritura como técnica -con ello como una prótesis técnica-, que se ha desplegado como dispositivo de comunicación y registro de memoria.

Volviendo a la idea de “desorientación”, y como ya han hablado Elías y Cazanueve, el ser humano se vale de “guías” para ofrecer el efecto contrario, lo que Stiegler plantea bajo el concepto de “cardinalidad”. “El establecimiento de una cardinalidad es lo que “ajusta” tecnogénesis y sociogénesis” (2002:9), decir, es el punto donde se encuentra lo social con lo técnico bajo una función instrumental de orientación. Bajo ese ajuste, “en ese establecimiento, la desorientación abre una diferencia entre aquí y allí, público y privado,

profano y sagrado, ajeno y familiar, etc. El ajuste orienta y la desorientación originaria es acondicionada, si no ocultada” (2002:9).

Lo que quiere decir el autor es que la técnica, como herramienta de construcción de lo social o como prisma por el cual se entiende el mundo, se conjuga con el tiempo en la dinámica de la programación, en la cual la técnica toma del tiempo el valor para operar ratificando una orgánica. La técnica implica la “prótesis” que se torna fundamental para funcionar. Para Stiegler, hombre y técnica son indisociables. Al respecto, señala que “el desarrollo técnico es un desgarramiento de los programas en vigor que, por su repetición, engendra una nueva programática. Esta nueva programática es un proceso de individuación psíquica y colectiva” (2002:16).

Por lo anterior se entiende que el concepto de periodización -emparentable con la idea de “nueva programática”- está estrechamente vinculado al de ritualidad, ya que en esa organización del tiempo se inscriben aquellos hitos a repetir anualmente. Ambos conceptos cumplirían un rol explicativo del comportamiento humano y de su realidad.

Esta periodicidad vivida a partir de la dinámica ritual ofrece a la vez un efecto organizativo y otro de certidumbre. Según Rossana Reguillo, “el calendario social otorga la seguridad y la certeza de la sucesión de puntos reconocibles, pero es la actualización cotidiana a su vez anclada en matrices culturales e históricas, donde este calendario adquiere sus <contenidos> específicos” (2000:86).

Esto último está vinculado a que si bien existen hitos de la periodización que se corresponden con conmemoraciones del mundo occidental, hay otras que son particulares a cada territorio, nación o grupo social. Lo que sí es común es que éstas representan información valiosa y certera que se va consolidando. Igualmente, explica Reguillo, es en otra instancia inmersa en esta problemática, la vida cotidiana, donde se juegan las modificaciones a esta ritualidad/periodicidad, que sin bien es ordenada, no es inamovible.

Vida Cotidiana

La vida cotidiana es definida por Lefebvre como “un campo y un momento compuesto de momentos (necesidades, trabajo, goce; productos y obras; pasividad y creatividad; medios y finalidad, etc.), interacción dialéctica tal que sería imposible no partir de ella para realizar lo posible (la totalidad de los posibles)” (1980:23-24).

Por su parte, Reguillo dice:

“En tanto que la vida cotidiana (...) es centralmente el escenario de la re- producción social, está indisociablemente vinculada a lo que en un momento específico y en una cultura particular se asume como legítimo, normal, necesario para garantizar la continuidad. Por tanto, la vida cotidiana es histórica, es decir, no puede pensarse al margen de las estructuras que la producen y que son simultáneamente producidas (y legitimadas) por ella” (2000:78).

Reguillo explica que es la vida cotidiana el lugar donde las normas son vividas y aplicadas en coherencia con lo que es el proyecto de sociedad que se encuentra operando en un determinado momento. Esto, porque como señala Henri Lefebvre, la vida cotidiana no es reducible a lo objetual sino que es una instancia clave porque “el edificio piramidal de la sociedad llamada moderna reposa sobre el plano inferior: sobre la amplia base de la cotidianidad” (1980:76).

Este reposar implica que el espacio comprendido por la vida cotidiana no es sólo residual de la estructura social, sino que la tienen por objetivo para “consolidar lo cotidiano, estructurarlo, *funcionalizarlo*” (1980:84). Es que la vida cotidiana, como señala Rossana Reguillo, “se constituye en un lugar estratégico para pensar la sociedad en su compleja pluralidad de símbolos y de interacciones ya que se trata del espacio donde se encuentran las prácticas y las estructuras, del escenario de la reproducción y simultáneamente, de la innovación social” (2000:77). También es relevante porque “es allí donde <se hace, se deshace y se vuelve a hacer> el vínculo social, es decir, las relaciones entre los hombres” (Lindón, 2000:9).

Y es respecto a lo sugerido por Lefebvre sobre su “funcionalización” que es coherente señalar lo que Reguillo escribe sobre la temporalidad de la vida cotidiana. “Armada sobre la certeza de su repetición, la cotidianidad es ante todo el tejido de tiempos y espacios que organizan para los practicantes innumerables rituales que garantizan la existencia del orden construido” (2000:77). Esta definición se puede acoplar a lo planteado por esta investigación ya que habla de la periodización, de la ritualidad, de la organización y del orden, entendido éste desde la normatividad.

En definitiva, la vida cotidiana no es el espacio vacío y privado dejado a la libertad, sino que por el contrario, “lo cotidiano se convierte en un objeto al que dedican grandes cuidados: campo de la organización, espacio-tiempo de la autorregulación voluntaria y planificada. Bien organizado, tiende a constituir un sistema con cierre propio (producción-consumo-producción)” (1980:94).

“Mientras en nuestra sociedad el tiempo productivo, el valorado por el capital, es el tiempo que ‘corre’ y que se mide, el otro, del que está hecha la cotidianidad, es un tiempo repetitivo, que comienza y acaba para recomenzar, un tiempo hecho no de unidades contables, sino de fragmentos”, dice Jesús Martín Barbero (1987:236). Es en ese eslabón donde pasa lo básico, lo de siempre, pero es ahí también donde se replican las dinámicas, donde se ejercen los programas, donde funciona el hombre con la información para pararse ante la desorientación y por ello, donde la regulación conductual queda cubierta por esa misma dinámica de la repetición.

Manuel Canales señala que el evento cotidiano “es una vivencia en que la subjetividad se inscribe en el orden del obvio” (1999:11). Lo cotidiano serían “eventos en los que la contingencia o relatividad de un hecho social se borra en una suerte de absolutización o naturalización” (1999:12).

Es en esa vivencia de lo obvio, de lo natural, que lo crucial de lo cotidiano queda revestido de poca relevancia aparente porque lo cotidiano “implica una relación del sujeto con sus representaciones. Relación de inmediatez, como en la estructura del discurso de la acción,

en que el actor debe hacer lo que ya sabe e interpretar sólo lo pertinente e informativo en dicha situación” (1999:14). Sobre cómo opera la naturalización de las prácticas, señala Canales:

“Lo obvio como orden, se genera en una disposición del sujeto que le lleva a participar de los intercambios sociales -sus descripciones y sus valoraciones- sin distanciarse propiamente como sujeto socializado. Lugar en que la institución social se aplanan, en su origen y relatividad histórica, para presentarse como ‘realidad social’” (1999:12).

Esta funcionalización y autorregulación voluntaria evidencian en su estudio (y esconden en sus prácticas a partir de mecanismos que presentaremos en el capítulo IV) ciertas experiencias coercitivas que diagraman el mismo quehacer cotidiano. Por ello, según Lefebvre, estudiar la vida cotidiana es estudiar las coacciones (1980:35).

Lefebvre advierte además que la vida cotidiana es escenario de un choque importante. El autor señala que “la teoría del devenir se encuentra con el enigma de la repetición” (1980:105), es decir, que existiría un enfrentamiento entre la dinámica de la certeza y la reiteración con las posibilidades inminentes del devenir social, produciendo una contradicción en el discurso de la sociedad moderna que se autodenomina ‘productivista’, que pretende ser móvil, dinámica y que no obstante adora los equilibrios, honra las estabildades y pone en el pináculo las coherencias y las estructuras” (1980:137-138).

Coexistiría entonces un interés por la movilidad, pero al mismo tiempo por la estabilidad de un sistema en función. “La capacidad productiva haría posible ahora una extrema *movilidad* de la vida, de los objetos, las casas, las ciudades, del <hábitat>”, esto porque la “obsolescencia, ideología y práctica, contempla lo efímero solamente como método para hacer rentable lo cotidiano” (1980:105).

Desde esta perspectiva, según Lefebvre, se manifiesta una contradicción entre “lo duradero instituido <estructurado> objetivamente (...) y lo efímero maniobrado consistente en una deterioración rápida de los objetos” (1980:106) para mantener la dinámica de lo deseable.

“En el camino que conduce a la sociedad de consumidores, el deseo humano de estabilidad deja de ser una ventaja sistémica fundamental para convertirse en una falla potencialmente fatal para el propio sistema”, dice Zigmunt Bauman. Esto, ya que en oposición a otras formas de vida anteriores, la felicidad no se asocia de manera evidente con el sólo cumplimiento de los deseos, sino que “con el *aumento permanente del volumen y la intensidad* de los deseos” (2006:50).

“Los productos nuevos necesitan de nuevos deseos y necesidades. El advenimiento del consumismo anuncia una era de productos que vienen de fábrica con “obsolescencia incorporada” (2006:50), explica. La inestabilidad de los deseos sumado a la obsolescencia de los productos y la eliminación de sus elementos “están en perfecta sintonía con el nuevo entorno líquido en el que se inscriben hoy por hoy los objetos de vida y al que parecen estar atados a un futuro cercano” (2006:51).

Sociedad burocrática de consumo dirigido

Henri Lefebvre diagnostica que nos encontramos ante un escenario puntual: “la cotidianidad sería el principal producto de la sociedad que se dice organizada, o de consumo dirigido, así como de su escenario: la Modernidad” (1980: 84-85).

“La sociedad burocrática de consumo dirigido” de Lefebvre, en sintonía con “la sociedad de consumidores” de Bauman y con la “cultura de consumo” de Featherstone, plantea la presencia de la funcionalización del tiempo, especialmente del cotidiano, como instancia de naturalización de procesos como el consumo.

Esto, porque como señala Martín Barbero:

“El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (1987:231).

En este modelo de convivencia “se subrayan tanto el carácter racional de esta sociedad y los límites de tal racionalidad (burocrática) como el objeto que organiza (el consumo en lugar de la producción) y el *plano* al que dedica su esfuerzo para asentarse en él: lo cotidiano” (1980:79).

“En franco contraste con la sociedad de productores /soldados” dice Lefebvre, “la sociedad de consumidores concentra sus fuerzas de coerción y entrenamiento, ejercidas sobre sus integrantes desde la más tierna infancia y a lo largo de todas sus vidas, en el manejo del *espíritu*” (1980:80). En esta línea Lefebvre acusa el paso de una cultura de limitación de las necesidades a una de la abundancia de la producción.

La sociedad de consumo dirigido se encuentra inscrita en la modernidad. En este escenario Lefebvre dice que lo cotidiano y la modernidad “son las dos caras del espíritu del tiempo”. “A lo cotidiano, conjunto de lo insignificante (unidos entre sí el concepto), responde y corresponde lo moderno, conjunto de signos por lo que esta sociedad se distingue, se justifica, y que forma parte de su ideología”.

Esto está conectado con lo planteado por Bauman en relación a que con la sociedad de consumidores el hombre mismo es objeto de consumo y se transforma en producto que debe ofrecerse en un mercado, marcando el paso de ese “sujeto” a “objeto” (2006:25). Y es que desde la relación entre modernidad (deslocalización del espacio -tiempo), vida cotidiana (espacio donde realmente ocurre la realización de lo social) y consumo (material y simbólico) emerge lo señalado por Alicia Lindón sobre que la vida cotidiana es el lugar de la “metabolización”, de la digestión de los códigos y de su puesta en práctica como naturaleza.

“Esa metabolización del otro, de lo ajeno, de lo nuevo, lo desconocido, lo diferente, es una forma de hacer que perdure el vínculo social. Es por eso que Pina Lalli ha señalado que el compromiso fundamental de lo cotidiano es asegurar la permanencia de lo social” (2000:10). Y esa permanencia de lo social estaría dada, entre otras cosas, por el consumo en un contexto donde impera una determinada lógica de la temporalidad dada como

característica de la modernidad. Proponemos que una de las características de esa temporalidad es la periodización como espacio de metabolización de la vida cotidiana y el consumo en una dinámica organizada.

Aceleración del tiempo

En una tarde de festejo familiar por las fiestas patrias ha llegado el momento de la sobre mesa. Esta instancia está acompañada de la Parada Militar, otro ritual del calendario que se inscribe en esta festividad.

La familia está contenta, está conversando y riendo sobre algunos recuerdos asociados a esta fiesta en años anteriores. En eso, alguien comenta ligeramente lo impresionada que está porque ya se encuentran en fiestas patrias, ya que “parece que ayer fue marzo”, a lo que otro miembro responde que no se van a dar ni cuenta cuando ya nos encontremos en navidad, bromeando con la dueña de casa de que ya es hora de sacar el árbol de pascua e instalarlo en la casa. Todos ríen.

Alguien comenta luego que pareciera ser que “el tiempo pasa más rápido que antes”, que la publicidad es demasiado adelantada, especialmente con artículos escolares, que a veces en enero ya empiezan a aparecer en la televisión y en los periódicos, siendo que el inicio de clases acontece recién en marzo.

En este caso se ejemplifica otra idea a la que nos acercaremos, y que corresponde a una de las características de la percepción del tiempo en la modernidad y de la periodización de la vida cotidiana: la sensación de una “aceleración”.

Como vimos en el prefacio, Laura Moya y Margarita Olvera (2011) planteaban en un artículo que sociológica e históricamente los lapsos de experiencia temporal son cada vez más cortos por lo que las personas se encuentran bajo una presión más alta para adaptarse a éstos. Esto tiene que ver con la sensación descrita de que el tiempo pasa más rápido, que el año avanza “sin que nos demos cuenta”.

Respecto a esto de que los lapsos entre experiencias sean más cortos y por ello sentimos que el tiempo avanza más rápido, Stiegler señala que “la velocidad es la excepción que tenemos de una *diferencia de fuerzas*: la velocidad en sí no es nada” (2002:21). La velocidad es la huella que nos deja este acercamiento que inocentemente definía la familia en su celebración de las fiestas patrias, en que cada vez se hacen más cercanos los eventos próximos, haciendo percibir que los estamos viviendo desde antes, considerando además la invasiva presencia con que éstos se anuncian en los dispositivos mediáticos.

Esto lo emparentamos con la definición de la periodización, que corresponde al conocimiento y vivencia compartida de una ruta dirigida de acontecimientos, entendidos éstos como un mapa a seguir y como una pre escritura conocida de lo que vendrá en el futuro cercano, inmediato, como el anuncio de un porvenir conocido, programado y por ende, que goza de una potente capacidad de certidumbre. Anthony Giddens advierte que esta dinámica provocaría “la sensación que muchos de nosotros tenemos de haber sido atrapados en un universo de acontecimientos que no logramos entender del todo y que en gran medida parecen escapar a nuestro control” (1997:16).

Esta vorágine deviene de los cambios profundos y nunca antes vividos que refiere Giddens, como la dislocación del espacio tiempo y el ritmo de cambio de las instituciones, entre ellas, el Estado capitalista moderno que requiere para su funcionamiento un carácter vigilante.

Sobre la idea de “velocidad”, Stiegler agrega la idea de “ritmo”. “El ritmo es el que marca la puesta en marcha de la instrumentalización como *grama de la velocidad* antes de su descomposición en tiempo y espacio abstractos. Como el ritmo está condicionado por los programas, las cuestiones de velocidad y del programa son indisociables” (2002:138).

Con esta idea el autor hace la vinculación de su idea de “programa” -que nosotros emparentamos con la de periodización- a la disposición de su funcionamiento en una dinámica que tiene su propio ritmo, el que se expresa en la percepción de una determinada velocidad, que se percibe acelerada de manera progresiva. Esto funciona como un todo

donde “la articulación de programas es la de ritmos heterogéneos puestos en coherencia” (2002:138). A pesar de esa coherencia que tiene, entre otros fines, ordenar el funcionamiento y orientar los procesos, Stiegler señala que puede producir un efecto contrario ya que “nos impone el sufrimiento de la *desorientación como tal*. Eso se debe en gran parte a la *velocidad* que el desarrollo técnico ha ido adquiriendo desde la revolución industrial y que no deja de aumentar, ahondando dramáticamente el retraso entre sistema técnico y organizaciones sociales como si, al parecer imposible la negociación, tuviera que consumarse la separación” (2002:10).

Otra lectura sobre la dinámica del programa, de la periodización, la propone De Moraes:

“Interpreta el juego cíclico de lo nuevo como el resultado de la tensión entre nostalgia y fantasía, donde el presente es representado como si fuera ya el pasado. La inculcación del placer de lo efímero es la esencia del disciplinamiento del consumidor y <se refleja en una amplia variedad de niveles sociales y culturales: la corta vida en las estanterías de los productos y estilos de vida; la rapidez de los cambios de moda; la velocidad del gasto; los polirritmos de crédito, adquisición y regalos; la transitoriedad de las imágenes de los programas de televisión; y el aura de periodización que circula sobre productos y estilos de vida en el imaginario de los medios de comunicación de masas>” (2007:25).

Esto se hace evidente más expresa y cotidianamente a través de la publicidad, la prensa y los medios de comunicación masivos en general. En la relación de la temporalidad del dispositivo mediático y la temporalidad del mercado a través del discurso publicitario se da un desfase complementario entre la instantaneidad de los medios y la antelación de la publicidad llegada ya cierta época del año.

La publicidad pre-escribe con una anticipación cada vez mayor lo que pronto y progresivamente los medios irán notificando al respecto -en el código de la verdad y objetividad- circundando lo que va a acontecer (que posteriormente será un “aconteciendo” y luego “lo acontecido ya”). Esto, en una cultura del consumismo que proporciona goce instantáneo pero compromete el futuro, como decía Moulián, cuando se deja en pendiente el costo de ese goce, a través del crédito. “Se trata de un capitalismo seductor, que intenta

persuadir de la necesidad del consumo, al ritmo de sus necesidades de realización de las mercancías” (1998:29), agrega Moulián.

Bernard Stiegler explica:

“Esta superposición a los programas cósmicos, que también es lo que suspende su efectividad, es un principio primordial de separación del contexto condenado a llevarse a cabo en la desrealización misma del espacio y tiempo, y Leroi- Gourhan esboza aquí una descripción del “tiempo real” industrial: la exteriorización que conduce al ‘perfeccionamiento acelerado, no del individuo como tal, sino del individuo como elemento del supra – organismo social’ tiene como consecuencia igualmente la exteriorización del tiempo que se transforma en ‘la reja tras la cual los individuos están bloqueados en el momento en el que el sistema de relación reduce de transmisión a horas, después a minutos y finalmente a segundos (...) El individuo funciona como la célula, como elemento del programa colectivo, sobre una red de señales que no sólo dirige sus gestos o el desencadenamiento de su pensamiento eficaz, sino que controla su derecho a la ausencia, es decir sus tiempos de reposo u ocio (...) El espacio socializado implica un espacio humano, íntegramente simbólico, igual que noche y día caen a horas fijas en las ciudades donde invierno y verano se reducen a proporciones medias y donde las relaciones entre los individuos y su lugar de acción son instantáneas” (2002:139).

Esta forma escindida entre tiempo del reposo y ocio y tiempo de la producción apela también a la frontera entre la “normalidad” y la “excepcionalidad”. “En nuestra sociedad la separación entre tiempo de trabajo y tiempo ‘libre’, o entre trabajo y vida, opera casi automáticamente en desvaloración de lo segundo” (Martín Barbero 1987:217).

La normalidad y la excepcionalidad. Ambos casos se inscriben en la misma dinámica, sólo que el carácter conmemorativo y festivo de la mayoría de los hitos de la periodización ofrecen un alejamiento de lo rutinario, convirtiéndose en cierta medida en una excepción, pero siempre regulada en el ciclo. Sobre este punto Reguillo señala que “la vida cotidiana tiene su tiempo y su espacio a contrapunto del tiempo y del espacio de excepción, de los cuales extrae, sin embargo, la fuerza de sentido para explicarse a sí misma”. Así, en el espacio - tiempo de los rituales religiosos, políticos, sociales “que la interrumpen, la vida

cotidiana encuentra su sentido y renueva su gestión” (2007:78), es decir, que la dinámica encuentra en este espacio una manera de ratificarse.

Otra forma de entender esta temporalidad y la periodicidad es la propuesta por Ema León cuando se refiere al tiempo del trabajo y al tiempo del ocio:

“(…) El descanso, fiesta, hacer cosas que no se traducen en bienes y poder sobre todo monetario, movilizarse sin un fin preciso, etc., generan fronteras físicas, sociales y simbólicas consideradas como necesarias, siempre y cuando no sean transgredidos los parámetros establecidos para su ejercicio y no excedan los límites que impone la actividad <productiva>” (2000:69).

Reguillo agrega siguiendo el pensamiento de Balandier (1994):

“Estos discursos cotidianos -que no pueden separarse más que analíticamente de las prácticas que orientan y explican-, tienen como función <proteger contra el acontecimiento>, es decir, contra aquellos eventos disruptivos que trastocan el continuo de la vida cotidiana. Protección que se opera mediante dos vías: de un lado, cerrar mediante la repetición y la sanción el ámbito de lo normal cotidiano; de otro lado, mediante los dispositivos rituales que permiten la transgresión <oficial> (por ejemplo, las fiestas o ceremonias políticas y religiosas). Repetición y ruptura como elementos ordenadores de la vida cotidiana” (2000:81).

En cuanto a la ritualidad como ejercicio práctico de cada hito, desde su trayectoria histórica dotada de un sentido trascendental del festejo, ha pasado, como señala Michel Mifesolli en un artículo del texto “La vida cotidiana y su espacio-temporalidad”, a una decadencia del “<sentido> de la fiesta, su mercantilización, inclusive para algunos, la pérdida de su aura sagrada, para otros también su incitación a la juerga, no es menos cierto que vuelva a ser -de más en más- una de estas ideas obsesivas que marcan con profundidad una época dada, y más precisamente la vida cotidiana” (2000:38).

Pero este concepto de periodicidad no se relaciona sólo con la ritualidad anual sino que con la de la vida diaria a partir de la amalgama existente entre la vida cotidiana y la concepción

del tiempo productivo. “La razón es simple: la vida debe centrarse en el dinero. Consumo y trabajo van unidos, la mayor parte de las veces. La pasión hedonística del gasto debe pagarse con la pasión ascética del trabajo” (Moulián, 1998:70).

Racionalidades

Hemos ido prefigurando la idea de la periodización de la vida cotidiana en función de una serie de conceptos implicados, que la definen y rodean. Términos diferentes nos llevan a puntos comunes, como comportamiento, naturalización y orden.

Este último se ha vuelto recurrente al definir los otros conceptos ya citados. Y es que la relación entre orden y vida cotidiana en el contexto de la modernidad “ha promovido la institucionalización y la autonomización de los dispositivos de expansión y una práctica cultural de control y transformación de la (s) realidad (es)” (Vizer, 2000:41). Por eso, tal como diagnostica Juan Pablo Arancibia nos encontramos ante un sistema biopolítico policial del ejercicio político.

Esta propuesta parece poder enmarcar a la de la periodización de la vida cotidiana cuando refiere que éste trata de:

“Una racionalidad cuyo orden discursivo ahora se vuelve enunciativa y performáticamente sobre la superficie de la vida. Con el estallido de microrelatos cotidianos se teje una retícula significativa de la vida, que organiza y dispone un conjunto de sentidos permanentemente reconstruidos. Ello tiene como rendimiento material producir y diagramar un orden, una serie de prácticas, espacios, relaciones, mecanismos y técnicas que gobiernan la vida cotidiana. Esa configuración de poder es el que podemos reconocer como *policía*” (Arancibia, 2006:42-43).

Arancibia habla de que el régimen planteado se da en la necesidad de expansión y materialización de los “principios y fundamentos articulantes del Estado”. Para él “este proceso de expansión y materialización del poder en la vida cotidiana es propiamente un régimen biopolítico - policial” (2006:42).

Esta propuesta es deudora de una racionalidad determinada, definida como un estatuto general de comprensión de la sociedad. Según Michel Foucault (2003) en el texto “Sobre la ilustración”, existe la posibilidad de una reflexión crítica sobre el modo de gobernar y en la búsqueda de maneras de gobernar, abriendo así la idea de una multiplicidad en lo que a éstas refieren.

Según el estudio preliminar de Javier de la Higuera sobre este texto de Foucault, “hay muchas formas de racionalidad, una racionalidad que se bifurca de modo múltiple e incesante, y *una* racionalidad instaurada o descubierta en una especie de acto fundador que la dotara de la fuerza de un proyecto (...) o, tampoco, una racionalidad que sea la forma por excelencia de *la* razón misma” (2003:XV).

Foucault, según Javier de la Higuera, “(...) propone hablar de <racionalidades> diversas que han sido puestas en ejercicio en dominios técnicos, políticos, científicos, etc., y que habrían de ser efectivamente abordadas a través de un análisis <histórico - crítico>, lo que se puede llamar una <historia contingente de la racionalidad>” (2003:XV).

Y estas racionalidades, estas formas de entender y aplicar el ejercicio del poder coordinan un campo de acción imaginario y concreto posible. “La racionalidad de una práctica es el conjunto *abierto* de acontecimientos históricos múltiples -conjunto en que se anudan formas de pensar y formas de hacer- que la hacen aceptable o evidente en un momento dado, es decir, que la hacen existir históricamente” (2003:XVII).

Estas racionalidades se han anclado principalmente a partir de la gubernamentalidad, “movimiento por el cual se trataba, en la realidad misma de una práctica social, de sujetar a los individuos a través de unos mecanismos de poder que invocan una verdad”, (2003:12), verdad que lo legitimaría en su relación con el poder. Foucault propone estudiar este conflicto desde una arqueología, es decir, de un análisis de las condiciones de posibilidad de una determinada racionalidad, y no centrarse en su carácter de verdad o de mentira.

Un paso clave en la configuración de la(s) racionalidad(es) política(s) es el despliegue de la economía política como racionalidad. “Y bien, ese instrumento intelectual, el tipo de cálculo, la forma de racionalidad que permite así a la razón gubernamental autolimitarse, tampoco es ahora el derecho. ¿Cuál será el instrumento a partir de mediados del siglo XVIII? La economía política, desde luego (2007:30), dice Foucault en el texto “El nacimiento de la biopolítica”.

Charles Taylor nos habla también de esto a partir de su lectura de Foucault.

“El descubrimiento de la sociedad como economía, como conjunto interconectado de actividades de producción, intercambio y consumo, que forman un sistema dotado de sus propias leyes y su propia dinámica, fue probablemente el primer gran cambio producido por la nueva idea de orden, tanto en la teoría como en el imaginario social” (2006:95).

Lo económico, dice Taylor, ya no se reduce a la gestión de recursos por parte de la autoridad a nivel individual, estatal o grupal, sino que define el modo en que las personas se relacionan, por ello se relaciona también con los imaginarios sociales que operan en un determinado momento.

Michel Foucault explica que la economía política “reflexiona sobre las mismas prácticas gubernamentales y no las examina en términos de derecho para saber si son legítimas o no. No las considera desde el punto de vista de su origen sino de sus efectos” (2007:32). Esto coincide con lo planteado sobre la forma de acercarse a estudiar la racionalidad política, desde las condiciones de posibilidad que éstas tienen y no desde su condición de verdad. “En otras palabras, la economía política no descubre derechos naturales anteriores al ejercicio de la gubernamentalidad, sino cierta naturalidad propia de la práctica misma del gobierno” (Foucault, 2007:33).

En el caso de la gubernamentalidad en occidente, ésta estaría cruzada por el principio de la utilidad. “Intercambio por el lado del mercado, utilidad por el lado del poder público. Valor de cambio y veridicción espontánea de los procesos económicos, medidas de utilidad y

jurisdicción interna de los actos del poder público” (Foucault, 2007:64). Sobre liberalismo y los valores que este representa Foucault señala:

“Cuando digo liberal, no apunto entonces a una forma de gubernamentalidad que deje más casilleros en blanco a la libertad. Quiero decir otra cosa. Si empleo el término “liberal” es ante todo porque esta práctica gubernamental que comienza a establecerse no se conforma con respetar tal cual la libertad, garantizar tal o cual libertad. Más profundamente, es consumidora de libertad. Y lo es en la medida en que sólo puede funcionar si hay efectivamente una serie de libertades: libertad de mercado, libertad del vendedor y el comprador, libre ejercicio del derecho de propiedad, libertad de discusión, eventualmente libertad de expresión, etc.” (2007:83-84).

Sería ésta, la libertad, una de las condiciones de funcionamiento de esta racionalidad fundada en la economía política. Estimamos que en esta definición general encontramos una serie de elementos aplicables al escenario estudiado, el de la periodización de la vida cotidiana en nuestro país. Chile está cruzado por el neoliberalismo y por un gobierno de centro izquierda dado a los consensos con la derecha política y, por sobre todo, económica, que toma de modo utilitarista el rol del Estado -en correspondencia con el neoliberalismo - de mero árbitro.

“Por lo tanto, la libertad en el régimen del liberalismo no es un dato previo, no es una zona prefabricada que haya que respetar, (...) es algo que se fabrica a cada instante” (2007:85), dice Foucault. Esta libertad se plantea en una “fabricación” constante, contemplando en esa creación el costo verificada en la coacción. Foucault explica que si el horizonte valórico de una sociedad determinada es la “libertad”, en sus múltiples dimensiones pero siempre desde un enfoque individualista, se configurará una gubernamentalidad operada por una racionalidad utilitarista, en la que los medios no sean condicionados para la obtención de tal.

Y es que esta apertura a la libertad, dada en un régimen biopolítico - policial está por eso mismo en constante vigilancia y promoción, las que están manifestadas en una orgánica de coacciones (evidentes y sutiles) y de autoacciones (la forma más efectiva). Norbert Elías

señala que “salta a la vista que los autocontroles de los miembros de sociedades primitivas son menos uniformes que los de sociedades altamente industrializadas”. Según él “se ritualiza y formaliza la conducta y se procede con mayor cautela y disciplina en ciertas circunstancias”, pero “en otras se da libre curso, de una manera desenfadada e informal a los afectos” (1989:35). Pero, considerando que estamos bajo un régimen biopolítico policial ese despliegue “desenfadado” estará siempre dimensionado en unos límites de lo permitido, a lo que se le suma la autocoacción como mecanismo. Todo calza. Dice Elías:

“Los miembros de sociedades más desarrolladas creen que las coacciones propias de su carácter por la cuales, para bien o para mal, se distinguen de otros individuos, son congénitas y rasgos de su naturaleza. La autorregulación forzosa que impone el tiempo del reloj y el calendario en su infatigable carrera es un buen ejemplo –uno entre muchos- de cómo juegan un papel decisivo en la modelación de las actitudes individuales no sólo las coacciones de la propia naturaleza determinadas genéticamente, sino también la regulaciones de las actitudes sociales, determinadas por la pertenencia a una sociedad concreta” (1989:37).

Sobre la misma idea de economía como lugar de veridicción, Lefebvre señala que “la gran empresa <moderna> no se contenta con ser unidad económica (...) ni con hacer presión sobre la política, sino que tiende a invadir la práctica social. Propone a la sociedad su racionalidad como modelo de organización y de gestión (...)” (1980:86). Esta organización es entonces también manifestada en el orden periodizado de los hitos anuales y según la definición sería deudora de una determinada racionalidad.

Esto se sitúa en un contexto de mediatización general de la sociedad y es relevado por Juan Pablo Arancibia quien dice que “con el advenimiento de nuevos lenguajes, formatos y agentes discursivos, los medios masivos constituyen un dispositivo discursivo que practica y ejercita este diagrama biopolítico-policial”.

Por ello “estaríamos en presencia de series discursivas que ya no alojan o pertenecen a la misma matriz del Estado, sino que constituyen un plexo discursivo que realiza una racionalidad histórica, una *episteme*, que opera como la expansión y materialización de un

orden biopolítico, cuyo centro de gravedad es la docilización del cuerpo, el control, y la productivización de la población” (Arancibia, 2006:44).

Giddens releva una relación que no se debe perder de vista: “vida social moderna” - “organización racionalizada” (1993:31), dado por los mecanismos de engranaje que produce la modernidad.

Conservadurismo y racionalidad formal

Norbert Lechner (2007) explica que los tres grandes valores del proyecto neoconservador son: la autonomía individual, dada, entre otras cosas a partir de la posibilidad de acumulación; el mercado como integración, es decir, como el lugar donde la ciudadanía se encuentra en su accionar cotidiano; y la autoridad impersonal, que considera al Estado sólo como garante del orden para que operen los valores del conservadurismo. Forjando así un determinado tipo de sociedad (con su racionalidad, que repercute en el imaginario a partir de la materialización de un orden...).

Lechner revisa la idea de racionalidad desde la distinción entre racionalidad material y racionalidad formal de Weber. Explica la inclinación que nuestra sociedad tiene por el ejercicio de la racionalidad formal. “Weber denomina ‘racionalidad en su forma’ toda acción sujeta a un cálculo de medio-fin (a diferencia de la racionalidad material, orientada por postulados de valor). La racionalidad formal se expresa principalmente en el mercado y la burocracia” (2007: 165).

Según Lechner, el capitalismo es reactivo a la racionalidad material “por las dificultades de legitimación que le presenta. Prefiere limitar “lo racional” a una racionalidad formal; específicamente, al cálculo formal en dinero” (2007:169).

La organización basada en una determinada racionalidad se apoya en tres elementos: primero, en la organización como una racionalidad en sí; segundo, la organización como método (o mecanismo) para las prácticas sociales; y tercero, la organización como

“procedimiento”, donde “la práctica social es concebida en analogía a la disposición técnica sobre las cosas” (2007:16). Esto va en la misma línea de lo planteado por Stiegler sobre la técnica y el concepto de “programa”. A su vez, explica Lechner, la “atracción de la organización reside en el supuesto que la obediencia a determinado procedimiento prescrito conduce inevitablemente al efecto deseado” (2007:163).

Y se opta por esta determinada racionalidad que lleva a un tipo de organización. Lechner destaca que la organización como forma nunca es neutral. En este caso, dice, fomenta dos procesos: “facilita la *despolitización de la sociedad* de manera que los grupos sociales ya no se constituyan en voluntades colectivas y, en cambio, sean articulados según “funciones” eficientes para la sobrevivencia de la organización. Por otro lado, permite la *desocialización de la política* de modo que las decisiones de autoridad ya no conciernen las condiciones materiales de la vida social” (2007:158).

Esto último tiene que ver con lo emparentada que se encuentra la idea de una identificación de “lo político” con la “organización”, como señala Lechner siguiendo a Sheldon Wolin:

“La tendencia a someter las relaciones sociales a medidas fijas y, por ende, fiscalizables, y de someter el comportamiento humano a reglas técnicas, o sea, previsibles, ha tenido efectos diferentes. Permitted fiscalizar al gobierno y controlar a las masas. En todo caso, acercando la actividad política al mundo de la mecánica, se vuelve lugar común una concepción de sociedad en tanto suma total de funciones, es decir, un *sistema*. (...) De hecho, “el principio de función, definido en términos de las necesidades de un orden industrial, pasó a ser el nuevo principio de legitimación” (2007:156- 157).

Considerando lo abrumador del diagnóstico de Lechner y los demás autores, Jesús Martín Barbero plantea que este tipo de cambios, especialmente los que tienen que ver con la cultura de masas y los productos culturales masivos, son producidos bajo una estrategia más silenciosa y progresiva, y preliminarmente menos agresiva. Según el concepto de hegemonía que utiliza el autor, hace posible el proceso de dominación social “ya no como imposición desde un *exterior* y sin *sujetos*, sino como un proceso en el que una clase hegemoniza en la medida en que representa intereses que también reconocen de alguna

manera como suyos las clases subalternas” (1987:85). Este proceso significa que “aquí no *hay* hegemonía, sino que ella se hace y deshace, se rehace permanentemente en un “proceso vivido”, hecho no sólo de fuerza sino también de sentido, de apropiación del sentido por el poder, de seducción y complicidad” (1987:85).

Según diagnostica Martín Barbero, este proceso fue posible principalmente con la integración al mercado de las demandas de las masas.

Naturalización

Este gesto de “absorción en silencio” o de la hegemonía “mutable” tiene que ver también con que el orden, el control y los mecanismos planteados se desenvuelvan de modo natural, o como ya se ha dicho, se han naturalizado.

Profundizando un poco sobre este aspecto, acudimos a Mircea Eliade quien describe el concepto y la función del mito en la explicación de la vida. Si bien el “mito” entendido en su forma clásica ha perdido importancia dada la preeminencia que se le confiere a la racionalidad, hoy se seguiría repitiendo el mismo sentido explicativo a partir de los “mitos verdaderos”, más conocidos como “historia”, la que vendría a suplir dicho espacio. Es por eso que algunas efemérides responden a la conmemoración de la historia oficial y las celebraciones religiosas de orden universal en occidente, pero otras, carecen de este arraigo fundacional y sólo devienen de las condiciones propuestas por el mercado, apelando muchas de ellas al afecto (como el caso del día del padre, la madre, del niño, de los enamorados, etc.).

Siguiendo al mito, o el rol mítico – fundacional de la historia, Eliade alude la relación entre mito y rito. “El valor apodíctico del mito se reconfirma periódicamente por los rituales. La rememoración y la reactualización del acontecimiento primordial ayudan al hombre <primitivo> a distinguir y a retener lo *real*. (...). Por la reiteración periódica de lo que se hizo *in illo tempore* se impone la certidumbre de que algo *existe de una manera absoluta*”, (1948:148). Y por lo visto no sólo al hombre primitivo sino que al contemporáneo también.

La periodización de la vida cotidiana posee una vocación ritual, tanto en su orgánica al repetirse como calendario, como a nivel de cada evento que la integra, ya que cada uno de ellos posee a su vez sus ritos, asociados indisolublemente al consumo de objetos y al consumo cultural, entre el que se encuentran los medios y su disposición discursiva de sentidos de “la realidad”.

En relación al mito, Barthes dice que “transforma la historia en naturaleza” (1988:223) ya que “está construido por la pérdida de la cualidad histórica de las cosas: las cosas pierden en él el recuerdo de su construcción” (1988:238). Dice Barthes:

“Al pasar de la historia a la naturaleza, el mito efectúa una economía: consigue abolir la complejidad de los actos humanos, les otorga la simplicidad de las esencias, suprime la dialéctica, cualquier superación que vaya más allá de lo visible inmediato, organiza un mundo sin contradicciones puesto que no tiene profundidad, un mundo desplegado en la evidencia, funda una claridad feliz: las cosas parecen significar por sí mismas” (1988:239).

Esto se relaciona con lo ya dicho sobre el concepto de “lo obvio” planteado por Canales: la legalidad de lo naturalizado no queda a la vista y es asumido. “Siempre se trata del olvido de un origen, lo instituido como realidad –instituido por el propio intersubjetivo social- se presenta como realidad sin más” (Canales, 1999:12). Reguillo agrega que la vida cotidiana se despliega así, con naturalidad, volviéndose “ajena a toda sospecha y amparada en su inofensivo transcurrir”, donde “selecciona, combina, ordena el universo de sentidos posibles que le confieren a sus procedimientos y a su lógica el estatuto de <normalidad> (2000:77 – 78).

Para esto, dice Canales siguiendo a Berger y Lukmann, es fundamental la transmisión intergeneracional de esa naturaleza. Según estos autores, lo subjetivo es el aprendizaje de la estructura macro dentro de este proceso y su posterior inscripción individual. Esto es la base de la coherencia de lo transmitido y el principio de inclusión en el funcionamiento de la sociedad.

Es en este modo de operar que el mercado se plantea como naturaleza. Lechner dice que se trata de una visión naturalista donde la economía aparece como un sistema pre construido (natural) dotado de un sentido intrínseco y necesario. No habría entonces elección político-moral de las formas de producción material de la vida social, sino sólo una aplicación inevitable de un principio prefijado: el cálculo formal (2007:174). En este escenario, aclara, sólo el mercado decide quienes sobreviven.

Capítulo III: Casos

Ya se ha planteado el problema de la periodización de la vida cotidiana, se ha prefigurado un escenario donde éste se desarrolla y se ha descrito desde una serie de conceptos vinculados que lo definen. Se ha bordeado desde diferentes autores para, a partir de sus propuestas teóricas, tratar de explicarlo.

Nos hemos propuesto dos grandes ejes: uno teórico -que ya ha sido recorrido-, y uno de estudio de casos, que se desarrollará en este capítulo. Se optó por esto último para aterrizar el problema abordado y desde esa dualidad de contenidos -lo teórico y el estudio de casos- tratar de responder a la pregunta de investigación: de qué manera y bajo qué mecanismos la dinámica de la periodización de la vida cotidiana procede en su ejercicio normativo.

Esta elección está en directa sintonía con lo explicado en el prefacio respecto a los tres ejes generales convocados para abordar el problema: economía, mediatización y política.

Desde el punto de vista de la mediatización, ya se ha explicado que uno de los elementos del problema es la enunciación de las efemérides desde su previo anuncio y su posterior alusión en los contenidos de los medios de comunicación masiva, principalmente los de corte noticioso y los contenidos publicitarios. Y es esta situación la que se quiere estudiar a partir de la elección de tres hitos de la periodización de la vida cotidiana para su revisión desde la cobertura de los medios, en este estudio de corte cualitativo.

Y es que como plantea Jesús Martín Barbero, el problema de la comunicación no sólo debe observarse desde el punto de vista cuantitativo, sino que también debe verse desde el “cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave *la comprensión de su naturaleza comunicativa*. Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y, por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor sino un productor también” (1987:228). Como señala Juan Pablo Arancibia (2006), los medios dejan de ser mero dispositivo para operar como agentes discursivos.

Por eso mismo, por considerar a los medios de comunicación como productores de significaciones, es que se vuelve pertinente además darle un énfasis a este aspecto con una aproximación de caso. Con ello se espera proyectar la relevancia social del trabajo aquí realizado dado que se estudiará un fenómeno que acontece a tiempo completo en nuestra sociedad. La perspectiva elegida compromete ver de manera crítica un ámbito que ha sido estudiado principalmente desde el dato estadístico respecto al consumo a partir de la publicidad y el marketing, pero no por la comunicación política.

Por otro lado, este trabajo pretende aportar a la investigación social pues se detiene en la comprensión de lo cotidiano, repetitivo -y para muchos tedioso- del régimen anual no cuestionado, concebido abiertamente como inexorable y operativo, incluso, leído inocentemente como lúdico excepcional y carente de ideología. Leerlo desde los mecanismos que se vuelven normales a partir de gestos como el afecto, el recogimiento y el festejo, podría aportar a la reflexión respecto a nuestras prácticas como sociedad.

Formato, producto, medio e hito

Para este efecto se estudiará el formato televisivo chileno, a partir del producto “noticiero central” del canal Televisión Nacional de Chile, TVN.

Los hitos seleccionados para su estudio son el día del padre, las fiestas patrias y la navidad. A partir de éstos nos podremos acercar más concretamente a la idea de mecanismo (tanto en lo político, en lo mediático y en lo económico) con el que se tratará de evidenciar, al mismo tiempo, las racionalidades movilizadoras y que dan sentido a la dinámica de la periodización.

Sobre formato, medio y programa, esta elección está dada por el lugar de legalidad y legitimidad que posee la noticia como producto informativo de los medios de comunicación, en el entendido de que, como ya señaló Miquel Rodrigo Alsina (1989), la noticia es la construcción de una representación de la realidad, que tiene inscrita determinados mundos posibles, desde una institucionalidad. Sobre esto, Arancibia señala

que la televisión como dispositivo ejerce desde su alusión y construcción de la realidad como “la historia de la vida cotidiana”, es decir, como el relato de ésta, imponiendo en el diálogo de sus productos con la realidad ciertas temporalidades (por ejemplo, como se planteó en el capítulo anterior, horas de comer, horas de distensión, horas de informarse, etc.).

El noticiario central fue elegido porque se trata de un espacio informativo que sintetiza lo ocurrido en el día y porque es transmitido en un horario donde la mayor parte de las personas se encuentran con disponibilidad y disposición a ver la edición tras sus respectivas jornadas laborales.

Se ha elegido el formato televisivo por su carácter audiovisual en el que el discurso se nutre de diferentes códigos para exponer y hacer circular sus discursos (montaje, código cromático, efectos de sonido, efectos de imagen, escala de planos, etc.). Sumamos a esto lo señalado por Arancibia respecto a que tanto lo político no “se reduce a lo jurídico - institucional” como la TV tampoco es sólo una “mera técnica de transmisión, puesto que la televisión es un dispositivo y un agente discursivo” (2006:90).

Asimismo, se ha optado por la televisión abierta porque, como arrojó la encuesta de la Universidad Diego Portales del año 2010 en su apartado sobre consumo cultural de medios de comunicación, es el dispositivo comunicacional más consumido por la ciudadanía con un 73,9% de los encuestados que afirma verla todos los días.

Se ha elegido Televisión Nacional de Chile porque como señala la misma encuesta, es el canal más utilizado para informarse sobre el acontecer nacional con un 42,5% de las preferencias, seguido por Chilevisión con un 26%; Megavisión con un 10,8% y Canal 13 con un 9,4%. Igualmente, TVN fue elegido como muestra por ser el “canal público” teniendo por ello ciertos deberes que lo diferencian de las otras emisoras. Tal como concita en su portal web, su misión consiste en “reflejar a Chile en toda su diversidad, contribuir a fortalecer su identidad nacional, y conectar a los chilenos en todo momento y lugar”¹,

¹ Información disponible en <http://www.tvn.cl/corporativo/mision.html>

acompañada de valores declarados como “el pluralismo, la democracia, la paz y la información objetiva” y “la protección de la familia y la búsqueda de la estabilidad”, entre otros.

Por su parte, los casos han sido seleccionados por los marcos explicativos que los justifican. Al hacer una revisión de la serie de hitos del calendario anual en Chile, es posible agruparlos en tres instancias: aquellos que son justificados por la conmemoración de algún hito de la historia oficial (21 de mayo, día de las Glorias del Ejército, por ejemplo); los que tienen una justificación netamente comercial vinculada a la afectividad y los roles de los individuos (día de la madre, del niño, etc.); y los que son justificados por conmemoraciones inscritas en las efemérides reconocidas en el mundo occidental (pascua de resurrección, asunción de la virgen, entre otros). Esto ha llevado a elegir el día del padre, las fiestas patrias y la navidad como muestras de cada una de las categorías.

Muestra e instrumento

Para la revisión de contenidos se ha hecho el visionado de los capítulos del día concitado como hito, más dos días antes de que acontezca y dos días posteriores a este. Tras el visionado, el contenido se vertió en un instrumento, una grilla de análisis configurada en relación al trabajo teórico, incluida como anexo 2. En total se analizaron 68 contenidos distribuidos en diferentes proporciones dependiendo del hito: tres en el caso del día del padre, 42 en de fiestas patrias y 23 en el de navidad.

Esta grilla identifica, contenido por contenido -ya sea reportaje, enlace en directo, nota informativa, breve, crónica o nota interpretativa-, el hito aludido, la fecha de la emisión donde fue recogido y la cantidad de contenidos sobre el hito que se encuentran en la misma edición, en una primera parte. Estos codificadores de los contenidos tienen que ver con visualizar el tratamiento que pueden tener ciertos temas vinculados a los hitos estudiados, porque no es lo mismo plantear un acontecimiento desde la “crónica” a que sea cubierto en un enlace en directo. Debe haber ciertas condiciones, rutinas y horarios de realización que permitan un enlace, o un trasfondo o valoración que caracterice una crónica, o una serie de

elementos informativos que profundizan la información que hagan que el contenido pueda ser entendido como reportaje.

En una segunda parte la grilla plantea una serie de información del contenido: título de la nota -cuando aparece-, extensión en minutos, el periodista autor de la nota -cuando es concitado- y seleccionar el género de la nota entre las opciones ya mencionadas. La extensión en minutos ayuda a ver la importancia del hito estudiado en proporción al resto de los contenidos del día, es decir, cuánta “importancia” o cuánto del interés ha tomado un determinado acontecimiento.

El siguiente paso es identificar el tipo de imágenes utilizadas, pudiendo ser de archivo, recreación, entrevistas e imágenes de recurso actual. Esto está relacionado, por ejemplo, con que si el tema es cubierto desde el presente o si para situarlo se remonta a información del pasado, mostrando o no, dando por hecho o no, que determinadas costumbres se viven “hoy”, pero que también ocurrieron “ayer”, como algo que siempre ha pasado, como algo natural.

Otro indicador es para identificar elementos informativos del contenido, pudiendo encontrarse entrevistas a protagonistas de la noticia, opinión de expertos, opinión de transeúntes, infografía, encuestas, recreaciones y/o declaración de autoridades. Estos elementos son identificados para visualizar de qué herramientas se vale el contenido para evidenciar su condición informativa, pudiendo ser uno o más dependiendo de su género y duración. Las fuentes de la noticia evidencian también cuáles son las voces convocadas y autorizadas para hablar sobre éstas.

Se concita un espacio, además, para identificar otros elementos de la noticia como efectos de imagen (transiciones, filtros sepia o blancos y negros, entre otros), si el contenido posee música de acompañamiento, sólo sonido directo o ambas y cuáles son los generadores de caracteres (GC) que incorpora el contenido. Estos elementos entregan información del “carisma” de la nota, por ejemplo, si se tiende a un contenido “meloso” a partir de una canción emotiva, o si se quiere darle una impronta “divertida”, etc.

Sobre la información escrita, los GC, expresan de qué manera se sintetiza la noticia, qué aspectos se destacan y quiénes son las voces autorizadas para hablar en los contenidos y

cómo se “denominan” las diferentes fuentes aludidas (no es lo mismo nombrar al “doctor tanto”, médico especialista de la clínica x”, concitando un nombre y una jerarquía social a partir de su profesión, a nombrar “comerciantes del barrio Meiggs” en general, sin nombre, sin apellido).

El siguiente nivel de la grilla es identificar el “tipo de discurso” del contenido, pudiendo ser referencial (sólo alude a lo que va a acontecer o a lo acontecido desde un punto de vista informativo, es decir, ofreciendo a partir de los recursos utilizados, antecedentes de lo referido), descriptivo (si es que es que el énfasis del discurso, además de enunciar, es describir elementos de lo acontecido, enumerando características de lo concitado), publicitario (si el contenido alude explícita o implícitamente promoviendo una determinada acción, vinculada al consumo principalmente) y crítico (en caso de que el contenido posea un discurso enjuiciador respecto a una determinada costumbre, comportamiento o discurso de un personaje del contenido).

Este codificador, al igual que los siguientes, está en razón del trabajo teórico y la búsqueda de vincular el estudio conceptual con el de casos ya que, por ejemplo, si una nota informativa sobre una costumbre de las fiestas patrias sólo es referencial y no descriptiva respecto a sus orígenes puede estar indicando que es una costumbre naturalizada que simplemente opera sin justificación (“la sociedad opera sin ser vista”, como ya nos decía Manuel Canales en el capítulo anterior).

El siguiente codificador es “el cariz del discurso”, que busca expresar, en directa vinculación con los “efectos de imagen” y la “música y/o sonido directo”, cuál es el “tono” del discurso pudiendo ser, por ejemplo, emotivo o lúdico, o expresar una idea preconcebida sobre los hitos encarnados en valores legitimados.

Luego está “alusión a comportamientos vinculados al hito” en donde las grillas consignan aquellas conductas que se entienden en función del hito conmemorativo o que son motivados por este, como por ejemplo, traslados masivos, concentraciones en barrios comerciales, consumo de determinados productos, consumo de alimentación, juegos típicos, entre otros. Este punto está vinculado a la idea de “prácticas” y de “consumo”. Esto puede ser expuesto desde la referencialidad, la descripción, la publicidad y/o la crítica.

“Explica o justifica el origen de la festividad o sus comportamientos implicados” es el siguiente codificador que va tras la idea de si el contenido entrega razones o justifica el acontecimiento de determinadas prácticas y costumbres, siguiendo el concepto de “naturalización” de las prácticas. Sin duda no estamos tras la pista de que el medio justifique cada acción humana que representa, pero, en el entendido de que los hitos de la periodización están más bien en el lado de lo “extraordinario” en la escisión “normal/extraordinario” ya referida por Reguillo (2000), podría ser necesario explicar por qué las cosas suceden de una determinada manera.

Posteriormente está la “valoración que hace del comportamiento implicado o de la conmemoración” del hito, que pretende mostrar, de existir una valoración, de qué carácter es ésta respecto a lo expuesto en el contenido; si es negativa, positiva o si destaca algún valor representado, entre otras. Este punto está en correspondencia con una ética que determina los márgenes de qué puede ser considerado de tal o cual forma, o en términos de los conceptos de este trabajo, una racionalidad política que normativiza los comportamientos y que lleva de la mano un espesor valorativo.

Finalmente está el codificador “carácter de los comportamientos aludidos” que da cuenta de si éstos son de orden privado o público, o si son individuales o colectivos.

Consagración de la figura del padre

Celebrado en Chile el 19 de junio, se ha trasladado su conmemoración al segundo domingo de dicho mes por un fin comercial, ya que el último día de la semana está para la mayoría de las personas destinado al descanso y porque este festejo del consumo no es un feriado nacional. El domingo, por su tiempo disponible, se pueden desplegar las prácticas vinculadas a este hito. Este hito es elegido como exponente de los que se han clasificado porque su justificativo es de corte comercial - emotivo y celebra un rol dentro de la sociedad, como es el de “ser padre”.

El nivel de alusión al día del padre en el noticiario central de TVN es bastante bajo, con sólo tres contenidos encontrados, todos reportajes. Es presumible que si el caso analizado

hubiese sido el día de la madre nos encontraríamos ante un número mayor de grillas. El día sábado 15 de junio encontramos una nota (el día antes del festejo) y el mismo día, el domingo 16, dos. A pesar que se revisó el 13 y 14 de junio no se encontraron contenidos sobre el día del padre.

El reportaje del día 15 anuncia lo que viene al día siguiente y muestra a una serie de familias en un centro comercial comprando el regalo del papá o comiendo. Pero se expone también, haciendo un contrapunto, la explicación de la legislación sobre cuidado compartido entre padre y madre promovido por la organización “Amor de papá”.

En los reportajes del día siguiente, una imagen muestra los paseos familiares por el día del padre al Parque Metropolitano.

Se encuentra la cobertura a la promulgación de la ley ya anunciada en la que incluso se incorpora al Presidente Piñera señalando las implicancias de la normativa. En tanto el otro reportaje del 16 de junio pretende perfilar cómo es el papá chileno a partir de la publicación de una encuesta del Centro de Estudios Sociológicos y de Opinión Pública (CESOP) de la Universidad Central.



TVN / 16 de junio



TVN / 16 de junio

Los reportajes poseen dentro de sus elementos informativos entrevistas a protagonistas de la noticia (los padres festejados), sus hijos, entrevista a expertos, voz de la autoridad en el caso de la ley “Amor de papá” e infografías. Su duración es de cuatro minutos promedio.

En los tres reportajes el periodista construye un discurso centrado en la figura del padre en relación a quien le da tal condición, los hijos. Esta relación se manifiesta a partir de la descripción que tanto el mismo periodista como los hijos entrevistados poseen del padre, caracterizándolos de maneras específicas.

Esta descripción tiene por finalidad prefigurar un perfil de padre esforzado y la figura del hijo orgulloso que admira al padre. Esto lo vemos en el primer reportaje donde se muestra, entre otros testimonios, la historia de un padre conductor de microbuses que junto, a su esposa e hijo universitario, se elogian mutuamente por sus características. Lo mismo encontramos en el caso del segundo reportaje en el que se muestran a los integrantes de la organización “Amor de papá”, pero el caso aquí es diferente ya que su relación o su valor de “esforzado” está mediado por una legalidad que impide un vínculo con los hijos. Puede que con ello se enfatice la idea de “esfuerzo”.

El caso más evidente donde queda esto expresado es en el último reportaje que tiene como objetivo definir cómo es el papá chileno. Este muestra la historia de un padre que además de trabajar en demasía se dedica a ayudar a sus hijos en los estudios y otros deberes y cómo el mundo laboral coarta su intención de estar presente. “Me interesa lo que les está pasando”, expresa este padre en uno de los GC del reportaje.



TVN / 16 de junio



TVN / 16 de junio

En estos ejemplos se explicitan ciertos valores asociados al papá como es la “seguridad”, la que le hace valer de una respuesta afectiva y emotiva de los hijos expresada mediante “el

cariño”, que, como señala la voz en *off* del periodista, se ve en el uso de la palabra “papito” y que en el GC de una de los reportajes que plantea: “Papá es el número uno”. El día está consagrado a ensalzar, en la excepcionalidad que representa el festejo dentro de la cotidianidad, la figura paternal.

Esto está vinculado con lo planteado por Mauricio Lazzarato en su libro “Por una política menor. Acontecimiento y Política en las Sociedades de Control” (2006) sobre que el sistema no sólo propone la adscripción al consumo como fuente de promoción de la producción, sino que como la inscripción a un “modo de mundo”, incluyendo obviamente las subjetividades que este puede poseer y la “realización de lo sensible”. En esto podemos considerar, como explica el autor, los deseos, las creencias y las inteligencias, a las que nosotros agregamos las afectividades.

Por eso es relevante analizar este hito, el día del padre, como representación de este tipo de fechas, en las que se encuentra el día de la madre y el día del niño, ya que el realce de las figuras y sus roles sociales enmarcados en la familia, responden también a ese modo de mundo, a ese imaginario que en el caso del consumo vincula de manera directa el afecto a lo material e instala una jornada específica para consagrarlo, en el marco de la excepcionalidad, en vez de contribuir a una valoración humana e intersubjetiva de las personas y su entorno cercano, y por qué no expandirlo, a lo comunitario.



TVN / 16 de junio



TVN / 15 de junio

Por eso este cariño no sólo es asociado a estas muestras de afecto, sino que se visualiza a través de otros comportamientos aludidos, entre los que encontramos: salir de compras, salir de paseo, salir a comer, entregar regalos y visitar difuntos. Ninguno de estos comportamientos son justificados explícitamente, excepto el de visitar difuntos donde el testimonio de los hijos que acuden al cementerio explica lo que motiva esto, en un gesto de ir a “recordar”.

Sobre la entrega de regalos, las imágenes muestran niños y adultos haciendo compras en un centro comercial, a niños entregando presentes y “gestos” de afecto a sus padres en el Parque Metropolitano. Sobre esto, en uno de los reportajes la voz en off dice: “no importa el valor del regalo”, tratando de darle una trascendencia a este gesto, pero dando de antemano, naturalizadamente, la idea de que este sí o sí debe ser conferido. Sobre la entrega de regalos, y en directa sintonía con lo expresado por el periodista sobre el valor (entendido esto último, por supuesto, desde el punto de vista monetario), se muestra el caso de un papá que en el zoológico de Santiago recibe de manos de su hija pequeña un presente fabricado por ella misma, un llavero de una estética bastante particular, pero “hecho con cariño”.

Los comportamientos implicados (regalar, comer y pasear) son de orden familiar -y con ello de cierta forma privados- pero se despliegan en espacios públicos como el parque o privados “con vocación pública”, como son los restaurantes o centros comerciales, es decir, se representan performativamente ante otras personas.

La tradición de la chilenidad

En el caso de esta efeméride el número de los contenidos encontrados aumenta notablemente. El día 15 de septiembre hay uno, el 16 cuatro, el 17 nueve, el 18 ocho, el 19 diez, el 20 seis y el 21 cuatro, lo que da un total de 42.

[En el](#) 18 de septiembre se conmemora un hito clasificado bajo el justificativo “historia oficial”. Este corresponde a la “primera junta de gobierno”, celebrada el año 1810. El año estudiado, el 2013, el festejo de las “fiestas patrias” se extendió para la mayoría de las

personas por una semana, desde el lunes 16 y el domingo 22, prolongación destacada por los contenidos. Estos relevan la larga duración de la celebración, especialmente en los primeros días de fiesta, proponiendo desde la voz de los periodistas y de los entrevistados una predisposición al festejo.

Posiblemente por lo mismo, por esta prolongación de la excepcionalidad, encontramos la persistente participación del Estado como garante del orden y del cuidado de los ciudadanos en estas jornadas de festejo, en función de uno de los comportamientos implicados en esta festividad: el consumo de alcohol.

La nota del 15 de septiembre lleva por título “Comenzó la celebración del 18” y plantea la idea de preparación para el festejo de diferentes actores sociales: por parte de los ciudadanos que ya se “mentalizan” para la semana que se viene en términos de fiesta (y por ello de gasto); por los consejos de expertos para no salirse de los márgenes del consumo de alimentos altos en grasas como son las carnes y el consumo de bebidas alcohólicas; y por las autoridades, quienes proponen una determinada planificación para las actividades vinculadas: medidas de prevención de la congestión vehicular para la salida masiva de Santiago, promoción de una conducción responsable a partir de la norma (en este caso, el proceso de elaboración de la “Ley Emilia”) y cuidado en la conducción, incluso para la protección del alumbrado público, dado el número de choques a los postes de luz que además de tener consecuencias fatales, dejan a personas sin servicio.

Esto lo podemos relacionar con lo planteado por Juan Pablo Arancibia respecto a la existencia de una orgánica biopolítica – policial, especialmente cuando plantea que en ésta se materializan los “fundamentos articulantes del Estado” (2006:42). Uno de los elementos que verifica la idea de “biopolítica” es la preparación para el buen funcionamiento, planteado desde actos formales. El trasfondo de esa preparación corresponde a la preservación de la vida en medio del festejo que corre las barreras de los límites cotidianos.



TVN / 15 de septiembre

TVN / 15 de septiembre

Otra de las características que se aprecia en la mayoría de los contenidos es el destacado carácter familiar que se le adjudican a las fiestas patrias, su carácter de “vínculo” y gestor de la “unión” por los feriados. Se destacan comportamientos practicados familiarmente, como asistir a fondas, subir un cerro en una región donde desde hace muchos años se realiza esta actividad, la ida en grupos familiares a la fiesta de La Pampilla, por nombrar algunas. Esto está también en sintonía con lo propuesto por Lazzarato y la inclusión de las sensibilidades y subjetividades.

En cuanto al formato de los contenidos, nos encontramos ante una diversidad mayor al caso anterior. El formato que impera es la nota periodística con 19 contenidos, luego la crónica, con 10, posteriormente el reportaje con 9, y el enlace en directo con 4. A diferencia del día del padre, en las fiestas patrias encontramos la modalidad televisiva del “enlace en directo”, que son transmisiones al interior del noticiario que dan paso a otros contenidos, como por ejemplo, la cobertura de la inauguración de la fonda oficial del Parque O'Higgins (que da inicio oficial a las celebraciones) y de la fiesta de La Pampilla en la región de Coquimbo, o la transmisión desde una de las carreteras de acceso a Santiago en el caso del retorno de los automovilistas que salieron de la capital. Encontramos la idea de la instantaneidad, en la reafirmación de lo que se presupone que pasará o está pasando.



TVN / 16 de septiembre



TVN / 17 de septiembre

La nota periodística es la que predomina por la gran cantidad de contenidos de discurso netamente referencial, como lo ya señalado sobre los consejos de las autoridades y especialistas, otras sobre los precios de los alimentos y el trago en las fondas y contenidos sólo informativos con datos duros sobre el acontecer (direcciones, valor de entradas, peculiaridades de la celebración como una micro caracterizada de fonda en Valparaíso, entre otras; notas con una duración de 2:30 minutos promedio).

Otra característica es la presencia de crónicas audiovisuales que muestran, por ejemplo, cómo se hace la producción artesanal de longanizas en Chillán, otra sobre un viaje en tren a la ciudad del personaje Condorito, otra sobre La Pampilla, otra sobre la diferencia entre los juegos típicos y los juegos de video y una sobre el ritual de una familia para celebrar el 19 de septiembre en un cerro de la Región del Maule. Estas crónicas poseen un discurso referencial, pero también descriptivo, al ser esta una de las características del género: entregar información para situar al espectador en el contexto que referencia la crónica.



TVN / 17 de septiembre



TVN / 20 de septiembre

El cariz de estas crónicas es muy similar a otro producto de TVN: la serie Frutos del País. Esta última muestra distintas localidades de Chile desde un punto de vista del documental costumbrista, el que es muy similar al de las crónicas del noticiario central sobre el acontecer de las fiestas patrias. Este género es elegido, posiblemente, para expresar una valoración positiva hacia lo tratado bajo la crónica, mostrar lo folclórico, lo único, que es posible encontrar en determinados comportamientos, en la fabricación de productos y en rituales que tienen sentido en función del hito conmemorativo. Es en este tipo de contenidos donde brillan las regiones del país.

En cuanto a las peculiaridades del uso del lenguaje en los contenidos de las fiestas patrias destacan el uso del término “el cumpleaños de la patria” o “el cumpleaños de Chile” para definir la festividad casi desde un cliché. Otro término ocupado que no se remite sólo a este hito de la periodización es el de “éxodo masivo”, confiriéndole con esto una magnitud, una gravedad, dejando constancia que por el 18, por las fiestas patrias, miles de personas salen de la ciudad, y que, por lo mismo, este tiempo es una excepción.

La excepcionalidad sobre la que hablaba Rossana Reguillo debe tener condiciones para operar como tal: debe estar legitimada y validada en la vida cotidiana a partir de un conjunto de prácticas, las que “adquieren su pertinencia y relevancia cuando se verifica que tras ese conjunto de rituales prácticos existe un colectivo que sanciona y legitima esas prácticas” (2000:81). Y no sólo un grupo que legitime, sino que una gubernamentalidad que legalice el funcionamiento.

Respecto al uso del espacio y la performatividad de los comportamientos aludidos, estos son en su mayoría de carácter masivo y en espacios públicos como parques, pero encontramos también festejos también de interés público, pero de orden privado como la inauguración de la fonda oficial donde la seguridad de las autoridades es fundamental. Acá se despliegan los representantes de la gubernamentalidad a marcar la pauta sobre cómo festejar, a evidenciar un ánimo y a través de su demostración, legalizarlo y legitimarlo. Las fiestas no empiezan a nivel legal si no es en la inauguración de la “fonda oficial”.

La mayoría de los contenidos poseen discursos referenciales, referenciales - descriptivos y solo descriptivos, pero aunque son los menos, encontramos en esta festividad discursos críticos. Esta tipología se da en la crónica sobre la diferencia entre los juegos típicos chilenos y los video- juegos, donde se plantea el desconocimiento de los primeros como un síntoma de la “modernidad” y el sedentarismo que va de la mano del uso de consolas, todo esto en una especie de experimento social donde se lleva a un grupo de niños aficionados a los juegos de video a un lugar silvestre a practicar los juegos típicos, mientras que un historiador experto en la materia les explica el fundamento de cada uno de éstos. Finalmente, los niños llegan a la conclusión, desde una especie de autocrítica, que estos juegos también son divertidos y que no sólo deben estar frente a la pantalla.

Otro ejemplo de un discurso crítico lo encontramos en la nota sobre los incidentes en la fonda del Rock Chileno ubicada en el Parque O’Higgins, donde saquearon el local y Carabineros no actuó oportunamente, a pesar de poseer un retén en el mismo recinto a unos metros del lugar.

Pero el caso más relevante de discurso crítico es la cobertura a los accidentes de tránsito, principalmente a los que dejan víctimas fatales. Los contenidos muestran los motivos de estos accidentes, como son las imprudencias al volante y el consumo excesivo de alcohol, además de las cifras de fallecidos y accidentados. Esta cifra es posible calificarla como una “contabilidad” que realiza el Estado respecto a “los caídos en festejo” ya que éste propicia el escenario desde la preparación logística, desde el ofrecimiento de las condiciones óptimas para el desarrollo de la “excepcionalidad”, es decir, controla al mismo tiempo los márgenes en que los festejos deben darse por lo que espera que el desborde no sea tal que la gente deba morir.



TVN / 18 de septiembre



TVN / 18 de septiembre

Encontramos acá la figura de la “preparación del festejo”, vinculada a la prevención, pero también, más cercano al 18 mismo emerge la figura de la “fiscalización” que hace el Estado para hacer cumplir la legalidad. Vemos esto en su máximo esplendor cuando una nota trata del cumplimiento que debe dárseles a los feriados irrenunciables de las fiestas patrias y en el horario de cierre que tendrá el comercio el día 17 de septiembre. El ministro del Trabajo asiste al comercio mismo para reivindicar que todos puedan festejar las fiestas patrias, y que hay un marco legal, encarnado en su persona, que avala que así debe ser.

Se consagra el consumo pero se regula el uso del tiempo para esto, para dar espacio al goce de todos, para que los funcionarios del *retail*, de los supermercados, de los lugares que abastecen los enseres del festejo también puedan ser parte de ésta fiesta, y por supuesto, replegarse a la familia. Se muestra la figura vigilante del Estado que garantiza el derecho a festejar, y cómo no si en este caso es la patria la que debe ser conmemorada. Se refleja en este caso una idea de “igualdad” ante la situación, en la que los empleados de un sector desvalorizado y mal pagado también deben acceder a la “excepción”.

Este punto está en directa sintonía con el acompañamiento de la “libertad”, en el código neoliberal, como valor de nuestra sociedad. Libertad para festejar en los límites propuestos, y con ello, una libertad vigilada. Esto, porque “el mercado dispone sobre el individuo” en el sentido de que “para que el mercado funcione como tal autoridad impersonal es indispensable que los valores intrínsecos sean aceptados como condiciones técnicamente necesarias” (Lechner, 2007:179).

Lo “técnicamente necesario” está en sintonía con el diagnóstico de Bernard Stiegler (2002) quien explica que la técnica opera como fundamento de la necesidad al volverse imprescindible para construir lo material y lo social, llegando incluso a determinar las orientaciones generales, en respuesta a la “desorientación” originaria.

El rol fiscalizador, evocado por el valor de la libertad, aparece encarnado también en la policía. Carabineros se planta en la cámara para anunciar el resguardo que dispondrá la población por parte de ellos para el desarrollo de las fiestas, tanto en las fondas con retenes especiales, como en las carreteras con unidades móviles de fiscalización de los conductores. Esta potestad fiscalizadora se amplía cuando comienza la ya denominada “operación retorno”. La preparación se hace manifiesta y se pone a prueba cuando la triada Ministerio de Obras Públicas- concesionarias de las carreteras- Carabineros se despliega al finalizar el festejo para preparar el camino del regreso a la normalidad, la que se da por el trabajo conjunto de lo público y lo privado para que todo funcione.



Vemos también este rol fiscalizador en los medios de comunicación. Porque no sólo basta con que se garantice la seguridad, valor emparentado a la ya descrita libertad, sino que también debemos encontrar el desempeño del mercado y la dinámica de los valores. Sobre esto algunos de los contenidos se despliegan como fiscalizadores por lo que entrevistan a los fonderos que, al igual que el Estado, están en una postura preparativa inicialmente, pero luego son consultados respecto a sus productos y el valor que estos tendrán para el público consumidor. No es necesario moverse de la comodidad del sillón de la casa para saber cuánto cuesta un anticucho o una empanada en la fonda del Parque Inés de Suárez o en la

Fonda de Maipú y comparar. Esto, por qué no hay motivos para no creer ni corroborar la información concitada.



TVN / 17 de septiembre

TVN / 17 de septiembre

En cuanto a la presencia de un discurso publicitario, este no se hace manifiesto más que en pequeños guiños a algunas marcas, siendo menores estas apariciones, como la fábrica de longanizas de Chillán o una fábrica de empanadas a las que las personas pueden acudir directamente o hacer pedidos con anticipación. Lo publicitario está desde lo implícito, desde la evidencia del consumo referenciado como algo natural y, por sobre todo, como algo que sí o sí hay que hacer. El discurso publicitario en los contenidos opera más silenciosamente, más sutilmente que lo esperado, pero sí se vale de la referencialidad, de lo natural que resulta el consumo para mostrarse como realidad, en la representación de que lo promovido efectivamente se realiza.

Lo más expuesto de esto es cuando se muestra a los comerciantes que ofrecen sus productos -los de mejor precio y calidad- y convocan a los televidentes a las fondas.

En esto último encontramos la prefiguración de un “perfil”. Si en el caso del día del padre se construía la figura del “padre protector”, en este hito de la periodización está presente este tipo de personaje, el “fondero”, el vendedor que, en un negocio de mayor o menor magnitud, solo o familia, parte exponiendo su experiencia como una expectativa, en que las ventas serán buenas y que al menos “recuperarán la inversión”. Parten también invitando al consumo para luego, cuando ya se va terminando la fiesta, en el caso de este año,

mostrarlos sacando cuentas alegres y, en algunos casos, anunciando que están rematando los productos, situación que se exagera el último día del festejo, el domingo.

Otro perfil que aparece, pero más cercano a la caricatura, es el del “huaso”. De antemano asociado a la “chilenidad”, luce con la vestimenta típica recorriendo las fondas en el caso de los ropajes más elegantes, y en las domaduras de caballos de Doñihue, luciendo la ropa del huaso campesino. Uno de los representantes del primer caso se muestra dando una cuña: “el huaso no se hace, tiene que nacer con el espíritu chileno (...) hay que ser picarón, ser bueno para las fiestas”.

En este caso encontramos un cariz lúdico del discurso, en el que se muestra lo galán de este personaje pero desde un punto de vista cómico. Este cariz aparece en más de un caso en las fiestas patrias. En más de una nota de la cobertura de La Pampilla y en una de las crónicas más extendidas sobre esta festividad se muestra desde una visión folclórica, eso sí, sin caer en el perfil documental costumbrista, las cosas que se hacen en ese lugar, algunos personajes como los vendedores, las abuelas que lideran familias que por décadas asisten a esta fiesta (autodenominándose “pampilleras”) y las mujeres que, reclamando que las candidatas a reina del festejo no son de la región, son mostradas modelando en el piso de tierra fuera del campamento donde pernoctan. Se destaca con esto la idea del sujeto popular, gozador y picaresco.

El cariz es lúdico y se evidencia también cuando muestran al abuelo de una familia que en medio de un festejo toma el micrófono asumiendo el rol de periodista. El problema de este caso es que primero, en vez de ponerse el micrófono cerca de la boca para “transmitir” se lo pone en la oreja como un teléfono celular, situación ante la que todos, incluido el periodista, ríen. El discurso es lúdico, entonces, en coherencia con el festejo concitado, que posee dentro de sus características esta cualidad. Cualidad que se extiende a los sujetos anónimos que aparecen mayormente como transeúntes en los contenidos, a las autoridades. A éstas, siempre sujetas a una mínima solemnidad, los periodistas las ponen en situaciones más relajadas, como es el caso del ex Presidente Piñera que, al igual que el abuelo ridiculizado despacha desde La Moneda con un micrófono de Chilevisión. TVN transmite

tranquilamente esta escena, a pesar de que no salga su marca porque lo superior es el juego, ese que sólo se puede dar en los márgenes de este contexto.

El contenido se permite entonces una “relajación” disponiéndose con mayor razón en una coherencia con la realidad que se encuentra en la excepcionalidad.



Una peculiaridad respecto al cariz del discurso se produce cuando este tiene un carácter “educativo”. Aunque sea desde un punto de vista más banal, una nota periodística de discurso descriptivo se vale de la experiencia de diferentes personas, la mayoría de ellos comerciantes, y se propone instruir a la audiencia sobre cómo hacer un asado. En este caso emerge (sólo en este caso, en esta nota) la figura del “experto” en asados, como Zacarías Alarcón, dueño del restaurante que lleva el mismo nombre quien con parrilla y utensilios en mano ofrece sus secretos culinarios.

En definitiva, la mayor parte de los comportamientos vinculados al festejo tienen que ver con el consumo de alimentos y alcohol, pero no cualquier comida: la asociada a la chilenidad (empanada, choripán, anticucho, perrito, longaniza de Chillán, carne asada, ensalada de papas cocidas, entre otros) y a las bebidas típicas como la chicha y el “terremoto”. Este comportamiento es mostrado en relación al consumo de dos maneras: al ser ofrecidos estos productos para su compra en instancias comerciales o fondas, y como compra directa por parte de la población que se muestra en supermercados, el barrio Franklin o La Vega Central comprando carne y otros alimentos, o en *outlets* y picadas para

adquirir alcohol. Lo que sí se muestra siempre es la predisposición y condición del deber con la que los compradores realizan la compra. El “gusto” con que lo hacen para hacer el asado o las empanadas “como dios manda”.

Otro comportamiento que se favorece en estas notas o reportajes es el del baile. Se expone tanto la danza de la cueca (en su formato más clásico como el más contemporáneo o cueca chora) como las cumbias y otros ritmos “ajenos a lo legalmente típico”, pero nacionalmente muy legitimados.

Viajar es otro hecho relevante de las fiestas patrias. Ya se ha hablado de esto desde la concitada importancia que tiene para las autoridades la salida de personas de unas ciudades a otras. Por supuesto, el foco de exposición de este comportamiento es la salida desde la capital a otros puntos. El centralismo es una característica imperante de los contenidos y de las actividades (las actividades oficiales que dictan la pauta nacional respecto al festejo se dan en la ciudad de Santiago, mientras que las actividades más excepcionales son las de fuera de la gran ciudad, como las domaduras de caballos. Lo único que se le confiere real importancia y se le da mayor cobertura que no pasa en la Región Metropolitana es La Pampilla).

Otros comportamientos aludidos son aquellos rituales establecidos desde lo “oficial”, eventos normados que sirven para el despliegue de la República y de los valores nacionales conjugados en ésta. La Parada Militar es prueba fehaciente de ello. En la cobertura de esta actividad se muestra esta instancia como un lugar de encuentro entre las personas y los militares. Periodista y general de Ejército destacan una relación de “mayor respeto, mayor cariño” hacia militares por parte de la población.

En la Parada Militar el poder militar despliega performativamente todo su esplendor, materializado en el desplazamiento de los cuerpos uniformados, que se mueven como una sola masa, al mismo son, al mismo paso, al mismo ritmo, y en el desfile de los vehículos militares y por sobre todo los aviones. Ahí, niños y jóvenes, adultos y ancianos miran asombrados y orgullosos a sus Fuerzas Armadas. Misma situación se repite en los hogares

donde desde el “en vivo y en directo” visualizan cada detalle de evento en “honor a las glorias del Ejército”. Acá es el poder que sin más que la condición de ser explícito se mueve en el encuadre de una celebración marcada por el valor de la “patria”.

El *Te Deum* ecuménico es otro ritual oficial en el que la prensa se vuelca en busca del discurso de las personalidades de interés nacional. En él las autoridades religiosas y políticas manifiestan sus intenciones para el país en cuanto a lo social y político. En ambas instancias el ritual es estricto y protocolar, consta de etapas meticulosamente dispuestas que cada año se modifican sólo mínimamente. Es la oportunidad donde los actores del espectro político informan sus designios, bajo el marco de la “unidad” al encontrarse diferentes religiones y bandos, al igual que en el caso de la Parada Militar, amparados por la idea y los valores de una noción de “patria común”.



TVN / 18 de septiembre



TVN / 19 de septiembre

De modo más esporádico son mostrados también otros comportamientos vinculados como los juegos típicos, expuestos más bien como “accesorios” o situados dentro de otros comportamientos donde estos tienen cabida, como las fondas como espacio dual de una especie de “orden de un desorden”. Estamos ante comportamientos estables y naturales para la fecha concitada. De todos estos comportamientos mencionados no son muchos los que reciben alguna explicación por parte del medio. La mayor parte es sólo referenciada, sólo informada desde un presente, desde su anuncio los días previos con sus respectivas expectativas y medidas de poder, desde un continuo (“esto está pasando ahora”) y desde un decaimiento y cierta nostalgia ante el fin (se acaba la fiesta, se rematan las cosas, se sacan

cuentas alegres para todos o se muestran cifras rojas como el número de muertes, de accidentes y en el menor caso, de detenidos).

En el caso de los comportamientos y rituales que son más profundamente tratados, ya sea en el formato reportaje o crónica, encontramos en muy pocos casos una explicación completa, como es el *Te Deum* en el que el periodista señala cuál es su objetivo, quiénes participan, dónde se realiza e incluso se plantea desde cuándo. En este punto se da una particularidad. Cuando hablamos de justificación en los demás casos en los que hay mínimas luces de esto, ésta se da de manera bastante escueta bajo el concepto de “tradicición”. Los entrevistados y los periodistas hablan de que tal o cual cosa es tradicional, valorando positivamente lo que se asocia a esto, pero no se explica mayormente qué hay que exhibir para obtener tal condición. Se evidencia que tan sólo con señalar que la acción es tradicional se adjudica una legalidad que la valida para operar y le da mayor legitimidad para ser operada. Aunque esa característica, esa leve justificación asentada en la idea de “tradicición” parezca inocente, se vislumbra en ella, preliminarmente, una característica mayor: un mecanismo.

La idea de tradición, cruzada por su uso y puesta en escena en la televisión estaría vinculada con lo que Juan Pablo Arancibia señala respecto a que el medio referencia la historia en sus contenidos, escribiéndola ella misma. “La televisión se vuelve memoria, presente, y en ello deviene proyecto: la televisión augura un futuro, un progreso, una modernidad y un desarrollo, promete un por-venir” (2006:109).

A esto se suma la idea del “presentismo” al que se refiere François Hartog en el que el presente como eje temporal que prima se da gracias a un régimen de historicidad que lo despliega en desmedro de los otros. Para el autor esto queda evidenciado a partir de una “serie de palabras que se han impuesto y que tejen la evidencia del presente”, de las cuales encontramos algunas vinculadas a este tema de estudio. Para Hartog, si no hay grandes relatos, que evoquen el pasado desde la profundidad necesaria, circulan términos como “presente, memoria, conmemoración, patrimonio, identidad, crimen contra la humanidad, testigo, globalización” (2010:2), de las cuales las primeras cinco ya han sido utilizadas.

Calurosa Navidad

Esta festividad es la más esperada para el comercio ya que es la que más réditos le genera. Esto queda expresado en el noticiario cuando en la presentación de una de las notas el conductor señala que “el comercio vivió el mejor fin de semana del año”, refiriendo al fin de semana más cercano a la noche buena (en este caso, los días 21 y 22 de diciembre del 2013).

En cuanto a la cobertura del noticiario central de TVN sobre este evento nos encontramos con un total de 23 contenidos, de los cuales casi todos son “notas”. Hay sólo un reportaje, una crónica y un enlace en directo.

La primera nota estudiada posee un discurso crítico evaluativo del escenario que se proyectará en los próximos días y se titula “¿Compras navideñas con tarjetas o efectivo?”. En ella el periodista hace un catastro en el Paseo Ahumada consultando cómo pagan los transeúntes sus compras de navidad. Además, el presentador comienza señalando que es una buena noticia que hoy sean menos las personas de escasos recursos que compren con tarjetas de crédito en navidad, a pesar de que la mayor cantidad de compras navideñas son realizadas con ese medio de pago.

El discurso “crítico” de esta nota radica en las cifras consignadas sobre el endeudamiento de las personas y cómo este número sube ya que “a pesar de todas las campañas de educación financieras el grueso de la población continúa endeudándose para hacer las compras navideñas”.

Esta es una peculiar forma de abrir informativamente la cobertura de una efeméride pensando en el mercado y su devenir. Comenzar desde la crítica al comportamiento que marca la navidad, comprar, tiene que ver con un gesto cínico de “educar”, de enseñar a comprar de la mejor forma posible, mientras que las tarjetas de crédito, especialmente de

las grandes tiendas, son distribuidas en serie a todo quien quiera tenerla y acceder al mercado desde el crédito.

Acá nos encontramos con algunas ideas de Lazzarato. Primero la que tiene que ver con la idea de libertad enfrentada a propuesta “ética – educativa” sobre el cómo comprar. Nunca se pone en duda que haya que comprar o no, sino se pone el ojo sobre el cómo se hace, bajo qué medio. El sistema crediticio amplía la libertad de elección pero está libertad en “estos mundos normalizados”, como describe Lazzarato, “se ejerce, exclusivamente, eligiendo entre los posibles que otros han instituido y concebido” (2006:103). Esto se da también en el ámbito del margen de elección de los posibles.

Y sigue el autor: “los consumidores están sujetos a relaciones de poder que apuntan a construir un modelo mayoritario de comportamiento, de valores, de formas de vida, de sentido (2006:113), en las que la libertad queda regida dentro de un marco instituido. Ya lo vimos en el caso de las fiestas patrias: ese marco llega hasta la vida en sí, en donde no se permite la muerte como resultado del festejo o al menos se pretende evitar a toda costa.

Este sería un control “flexible”, que da margen de posibilidad. Esto puede quedar ejemplificado en una alegoría que plantea Lazzarato, siguiendo a Zarafian: “la goma elástica”. Actualmente los trabajadores (que dualmente son consumidores) no están encadenados a los puestos de trabajo sino que están atados por una “goma”. El autor explica:

“<El asalariado puede, libremente, tirar de la goma elástica: no está encerrado, puede moverse, desplazarse a merced de sus iniciativas y se su *savoir-faire*, de sus facultades propias de juicio. Pero es aquí donde el elástico se estira: una fuerza periódica de aviso se ejerce sobre él. Debe rendir cuentas (...) La presión de la fecha, del resultado a alcanzar, reemplaza a la del control minuto a minuto de la operación elemental del trabajo” (2006:112).

Habría entonces una flexibilidad en los modos pero la presión por resultados (productividad en la empresa, el pago de las cuotas, el regalo deseado, el regalo de deber a la suegra, por

ejemplo) sigue existiendo y al no ser concreta, sino que más bien simbólica acompaña más potentemente al individuo.

A diferencia de esta nota “tiradora de orejas” para el público, una del día 21 de diciembre plantea las compras desde otro punto. Se titula “se desata locura navideña”. La pieza periodística comienza con una imagen de una cena familiar, apacible y perfecta, en un tono sepia. Con un efecto de imagen pasa luego a un efecto de distorsión de señal, como transición a un escenario totalmente diferente al primero: calles con personas comprando en cámara rápida en un tono cómico que muestra esa “locura desatada” por las compras.



Encontramos entonces un gesto cínico de moderación preliminar para evidenciar luego que eso poco vale cuando se trata de las compras, mostradas luego como un ejercicio “loco”, como un desenfreno. Es cínico también porque los siguientes contenidos, en una idea de contraste quizás, se plantan en la idea de “sentido de la navidad” cargado con ideas de solidaridad y familia, mientras que, al mismo tiempo, muestran desde un discurso referencial-publicitario cuáles son los mejores lugares para ir a comprar, qué *outlets* son “buenos”, etc. Comprar, por cierto, “a última hora”. Esa es otra característica sumamente destacada por los contenidos, coincidiendo con la idea de “locura” por las compras, por el uso del tiempo destinado a ellas, por las aglomeraciones en los barrios comerciales, sumadas a las altas temperaturas, y todas esas “postales” que vemos cada año. Es que a pesar que dentro de los centros comerciales esté nevando (nueva moda de atracción al

público que despliega un imaginario navideño del hemisferio norte, más precisamente el estadounidense), afuera en las calles se pueden cocinar huevos.

En dicho contexto de las compras a última hora, justificadas por algunos transeúntes por el poco tiempo que les dejan las jornadas laborales, se plantea otro obstáculo, otro elemento que vuelve “épica” la realización de las compras navideñas: la compra del regalo añorado. Esta búsqueda, según relatan algunos transeúntes, se vuelve un “sacrificio” y una lucha dado el contexto y condiciones (aglomeraciones, transporte público, altas temperaturas, delincuencia).

Pero continúan los contrastes. Otra nota vuelve al otro punto, al “ético-valórico” de la navidad. Un estudio de la Universidad de Valparaíso señala que lo que valoran los chilenos en navidad es estar en familia y el pesebre. “El consumo está en último lugar aunque en las calles se veía algo distinto”, dice la nota, evidenciando ese “cinismo” ya mencionado. Se pasa a mostrar esa valoración a partir de los datos de la encuesta cuando en los contenidos la misma gente señala que esto se vuelve consumismo. Incluso hablan de los “montos exorbitantes” que algunos gastan (una señora muestra como ejemplo que ha gastado 400 mil pesos) y cuando señalan que “algunos se gastan hasta lo que no tienen”. Las personas admiten que tienen que endeudarse para “quedar bien con la familia”, con esa misma que sale primero en las encuestas, esa misma que está representada en las figuras del pesebre. El valor de la familia como espacio afectivo es fundamental ya que se utiliza como razón de ser de ciertos comportamientos. Tal como veíamos en el caso del día del padre, se regala para consagrar la figura de la celebración. En este caso, ¿qué figura o figuras se quieren consagrar?

Otro aspecto que encontramos en los contenidos de la navidad corresponden a ciertas figuras y perfiles que emergen a partir del uso del lenguaje que los valida como “ciertos”. El ejemplo máximo es el de “viejo pascuero” el que es nombrado y denominado como un personaje “real”, que existe y que efectivamente recorre la ciudad en la repartición de regalos, pero que también podemos encontrarlo en los centros comerciales sacándose fotos, en el centro de Santiago y en el barrio Meiggs.

Un ejemplo de esto es cuando se propone el pascuero como un sujeto real que saliéndose del tradicional trineo, utiliza el Ramal, tren que va desde Talca a Constitución. Esto, a propósito de una actividad realizada por la Universidad de Talca para los niños de las localidades de la ruta de este tren. Tanto el periodista como los niños y los adultos refieren al “viejo pascuero” con plena naturalidad, como si éste realmente existiera. Los GC de la nota lo dan por hecho al señalar que “Viejito pascuero llegó en tren” y “recibieron regalos del viejo pascuero”.

Otra figura que emerge, aunque en menor medida es el “espíritu de la navidad”, aludido como un personaje, aunque algo más abstracto, diferente de la figura irreal del viejo pascuero que es construida como una persona real que puede aparecer en las casas. Esto está en directa sintonía con el contraste inicial entre consumismo y una visión “ético - valórica” de la navidad. La figura del “espíritu de la navidad” se corresponde con esta última, pero se muestra también que la contraparte integra también este espíritu.

En la misma idea del contraste otro perfil que emerge es el del “buen samaritano”, que organizado o individualmente ayuda a otros en navidad. Aquí podemos problematizar lo que significa el concepto de ayudar ya que, por ejemplo, en el caso de la organización que junto a la Iglesia ayuda a niños migrantes ofreciéndole regalos, efectivamente entrega algo material, un obsequio, pero se hace en un contexto lúdico de compartir con otros. Se ayuda en este caso a partir de lo material pero viene acompañado de otra cosa, de lo simbólico, desde “el acoger”.

Otro ejemplo muy distinto de cómo se despliega ese “buen samaritano” es el caso de una niña en el sur que vive en un bus junto a su mamá, el que está acondicionado como vivienda. Tras una nota realizada fuera del periodo de observación pero consignada en el contenido revisado, la niña solicita ayuda y expresa que quiere vivir una “navidad como todos los niños”. Plantea además que quiere “una *tablet*”. El contenido estudiado muestra efectivamente lo que ella quería: su casa llena de regalos, entre ellos el solicitado por la niña. En este caso nos encontramos ante una ayuda netamente material. Por recibir estos

regalos puede que puntualmente mejore la calidad de vida de esta menor, pero no se soluciona su problema habitacional que es algo que la afecta más permanentemente.

En otro caso, aparece la idea contraria: “la ausencia del héroe”. Esto, en una nota que muestra la historia de Francesca, quien participó en el programa de cartas de Correos de Chile. Ella, integrante de una familia vulnerable solicitó a un anónimo “viejo pascuero” una cena para el 24 de diciembre y un camarote para su hermana que duerme en un colchón en el suelo.

Finalmente, su requerimiento quedó no cubierto a cabalidad ya que sólo recibió la cena y unos juguetes, mientras que su necesidad real no fue respondida. Esto, según relata ella misma y sus padres, puede parecer algo elemental para cualquier persona pero para ellos, a pesar de que se trata de una necesidad básica, se ve como algo inalcanzable. Francesca finalmente no cumplió ese sueño de navidad, no alcanzó su meta.

Donde sí encontramos la figura del “héroe” es en el caso de la repartición de pelotas y juguetes que el futbolista Alexis Sánchez realiza en su comuna natal, Tocopilla. Esta condición de “héroe” que se extrapola un poco de la del “buen samaritano”, está dada por lo que representa Sánchez como figura deportiva y como ejemplo de “progreso”. El héroe recorre la ciudad, que ya tiene una calle con su nombre, ofrendando a niños pelotas de fútbol. En el contenido no se explica por qué el futbolista realiza esta acción, pero se subentiende bajo la idea de un agradecimiento y compromiso con su origen.

Otro aspecto particular de la cobertura de la navidad es que aparece la idea de “seguridad”, pero esta vez ante la delincuencia. Si en fiestas patrias esto se planteaba sobre el cuidado personal ante accidentes de tránsito, ahora es la figura de la “delincuencia” la que acecha a los compradores navideños. Si bien no se plantea la idea de un “delincuente” con un perfil determinado, los periodistas hablan de que las condiciones donde se despliega el comportamiento de comprar (espacio, barrios, aglomeraciones y manejo de dinero) pueden gatillar robos.

También se evidencia el tema de las “advertencias”, a tono de “sea cuidadoso porque si no lo es, le puede ocurrir algo como esto”. Estamos hablando de los incendios por problemas eléctricos. Se muestra el caso de uno en Arica, otro en el sur y otro en Santiago, generados por el mal estado de las decoraciones utilizadas en navidad. La navidad puede terminar en tragedia, alejándose de la idea de festejo que le da sentido, si no se asumen los cuidados adecuados.

El comportamiento evidenciado en casi todos los contenidos es el de comprar regalos. Y sobre esto, la bicicleta se prefigura como el regalo de la navidad más codiciado y frecuente. Se muestran a personas en el barrio San Diego y en Meiggs adquiriendo este producto. Incluso la bicicleta es representada como un reflejo de la navidad. Esto porque el 25 de diciembre las notas muestran las calles de la ciudad y los parques donde los niños y niñas salen a utilizar este juguete, pero también a lucirlo, a mostrar a los demás, a exponer lo adquirido, tal como las familias sacan a pasear al padre en su día.

Directamente relacionado con “comprar”, deviene el comportamiento de “regalar”. Un caso particular donde este se muestra es en la cobertura de una actividad del Buin Zoo. En ésta se le entregan regalos a los animales del lugar. La nota muestra la opinión de los niños que visitaron el zoológico ese día, quienes valoraron positivamente que los animales recibieran obsequios (como el león al que le envolvieron un gran trozo de carne). La nota plantea esto como “un espectáculo de la naturaleza que dejó pensativos a los niños”, como si fuera algo natural. Incluso un niño dice que le dieron -ganas “de regalarle algo a mi perro”, mientras una señora a cargo de un niño dice: “los monos también merecen navidad”.

En este caso se “personifica” a los animales, se humanizan, evidenciando, también, como la navidad y su regalar y comprar operan como algo natural, algo que puede ser extensivo incluso a los animales, que obviamente nada entienden sobre la navidad y qué es recibir un presente. Así, estos animales son integrados al ritual de regalar, enmarcado esto en que una visita al zoológico es también un acto de consumo, acceder a un servicio, a un espectáculo.

Los animales son tratados además en un sentido opuesto: son cosificados. En la misma nota se pasa a todo lo contrario cuando se muestran las jornadas de adopción que hace la Municipalidad de Las Condes para que las personas regalen perros y gatos. El animal se vuelve objeto regalable en el marco de la navidad. El adoptar una mascota sería una actitud noble de proteger a un ser vivo, pero en este marco adquiere un cariz objetual, a pesar de que, finalmente, se busquen los mismos objetivos.



Otro comportamiento aludido es el de “beber”. Una nota se titula “¿Qué toman los chilenos?”, y en ella se plantea desde la generalización, qué es lo *ad hoc* para un determinado momento, en este caso, la navidad, y por su cercanía, el año nuevo. El contenido propone que las fiestas de fin de año son tiempo para compartir, y que para esto uno de los elementos necesarios es el alcohol. Pero no cualquiera: determinados tragos y brebajes. En el caso de la navidad se plantea que el “cola de mono” es el idóneo, mientras que para el año nuevo es la champaña.

La nota señala que ambos tragos “son símbolos de alegría y diversión” pero sentencia también que en los festejos concitados hay que “celebrar como corresponde”. ¿Qué significa eso?, ¿se está planteando acaso una forma adecuada y, por ende, una inadecuada de ejercer, de desenvolverse en un determinado momento? No hay una respuesta explícita en la nota, pero queda la pregunta abierta.

El contenido presenta los tragos y cómo éstos se preparan en diferentes lugares. Habla de sus características y dónde se pueden adquirir. Luego de eso dice el periodista: “ahora que sabemos cómo elegir un espumante y cómo hacer cola de mono, debemos saber medir las cantidades para recibir el 2014 de la mejor forma”.

Sobre las justificaciones de estos comportamientos, encontramos el caso de un hospital donde los niños reciben una celebración de la navidad en la que un grupo de personas realiza un taller en el que confeccionan adornos navideños con los mismos insumos con los que son tratados. En esta nota explican que esta actividad viene de la necesidad de ofrecer buenas emociones a estos menores que se encuentran hospitalizados, pero se plantea también otra idea de lo que debería ser un regalo. Una doctora de la actividad señala que “tener buena salud es un regalo”.

De hecho, al presentar la noticia, la conductora cambia el tono de voz y dice: “dejemos de hablar de comprar. En esta fecha donde todos nos volvemos locos por comprar regalos, el mejor de ellos es algo tan básico como la salud”. La nota cierra con un comentario de Amaro Gómez Pablos sobre que no sólo son buenos los regalos, sino que también otro tipo de objetos, como una nota escrita, una fotografía enmarcada o una manualidad. La otra periodista, que oficia de presentadora, lo complementa diciendo que “hay que dar gracias por lo que tenemos”.

Otro contenido en el que se justifica el comportamiento de regalar es la ya aludida sobre Alexis Sánchez. En este caso la justificación está relacionada con lo que ocurría en la cobertura de las fiestas patrias: se habla de una tradición. Si bien esto el deportista lo viene haciendo hace un par de años, cuando ya se consolidó su carrera profesional en Europa, queda abierta la idea de qué se entiende, en este y en los otros casos por tradición. Ya nos aproximaremos a esa idea.

Al igual que en la cobertura de las fiestas patrias encontramos, aunque en menor medida, la idea de la fiscalización, eso sí, relegada en este caso al rol de representantes del Ministerio del Trabajo que visitan un *outlet* informando sobre los días que son feriados irrenunciables

y los horarios de cierre previo a éstos. Este festejo baja su curva de “locura” cuando luego del 25 de diciembre, en que los niños junto a sus padres y familiares salen a lucir sus regalos llega el primer día hábil. Las notas muestran otro elemento del festejo: el cambio de productos. El contenido manifiesta que “la semana pasada se vivió la locura por los regalos, hoy se vivió la locura por los cambios”. El cambio de lo regalado, de lo que inicialmente se mostró como “el regalo añorado” bajo un contexto lleno de dificultades físicas para conseguirlo, el día 26 es cambiado por otra cosa, por otro producto. Se habla de derechos y de plazos de los individuos en su rol de consumidores. Esto está en directa sintonía con lo escrito por Néstor García Canclini (1995): es el consumo donde no sólo se responden las dudas sobre la ciudadanía que le correspondía responder a otras instituciones e instancias, es el lugar donde hay un derecho que responde, incluso en mis cambios de opinión.

Capítulo IV: Conclusiones y Proyecciones

Comenzamos este trabajo describiendo lo planteado por Olvera y Moya en su texto “La experiencia de la temporalidad en las sociedades contemporáneas” respecto a que las efemérides y conmemoraciones del año cumplen un rol de marcadores de la continuidad del tiempo social, esto, en un contexto donde los cambios en la “experiencia temporal son cada vez más cortos y, en consecuencia, los individuos se encuentran sometidos a una mayor presión adaptativa para acomodarse, bien o mal, a éstos” (2011:66-67).

Esta mayor presión se ve expresada en la percepción de una aceleración del paso del tiempo, causada, según las autoras, por una compresión entre los ritmos de aprendizaje y de adaptación de los individuos a la cada vez más acelerada “transmisión de información”, manifestada en nuevos patrones de la orientación que implican, por ejemplo, los desplazamientos de productos y los horarios laborales.

Esto ha llevado a “los actores hacia las coordenadas del presente” (2011:70), con un énfasis en esta temporalidad que ha desdibujado, según Olvera y Moya, las conexiones hacia el pasado (en términos de Reinhart Koselleck hacia el espacio de experiencia) y hacia el futuro (el horizonte de expectativas).

En este sentido, uno de los aspectos relevantes de esta “aceleración del tiempo” es que “desequilibra las coordenadas de orientación espacio temporal” de las sociedades llegando a que el presente aparezca “como un tiempo tendencialmente extrañado de sí, autorreferido” (Olvera y Moya, 2011:69).

Sobre la aceleración del tiempo, Bernard Stiegler explica que la desorientación en la actualidad estaría dada por “la *velocidad* que el desarrollo técnico ha ido adquiriendo desde la revolución industrial y que no deja de aumentar, ahondando dramáticamente el retraso entre sistema técnico y organizaciones sociales” (2002:10).

Entre otras razones, esto ocurre porque hoy se alteran “radicalmente las condiciones de la *anticipación*”. Esto porque “al estar las nuevas síntesis sobre determinadas por el imperativo económico de la rentabilidad, la velocidad llevada a su límite es la palabra clave de un dispositivo cuyo principal efecto puede ser caracterizado como estado de urgencia generalizado” (Stiegler, 2002:209). En ese marco, el autor explica que lo que hoy se reconoce como “tiempo real” es más bien el tiempo industrial, el que es aprendido a partir del reloj “que es el capital” (2002:97).

Olvera y Moya diagnostican que si la primera modernidad “implicó un giro hacia el futuro, la modernidad tardía ha condicionado un giro hacia el presente que compromete las cadenas de aprendizajes intergeneracional, las conexiones entre recuerdo y espera, la actualización de la experiencia pasada para orientar el presente y para elaborar el futuro” (2011:69).

Sobre esto, hemos diagnosticado la presencia de un doble efecto de lo que plantean Moya y Olvera siguiendo a Koselleck: por un lado la aceleración tiene un efecto desorientador y abrumador en cuanto a los lapsos que ofrece para la adaptación a los nuevos fenómenos; pero por otro lado, esta información que circula aceleradamente corresponde también a coordenadas espacio temporales, en la medida que sitúa y anuncia algunos hechos como los hitos de la periodización (las conmemoraciones), alertando de lo que viene con cada vez mayor insistencia y premura. Puede que este sea un ajuste entre ambas diferencias, logrando así mantener un equilibrio. Lo que sí es evidente es el énfasis en el presente en desmedro del pasado como fuente de explicación de los acontecimientos, por lo que cada vez es el presente el que termina explicándose a sí mismo.

Entonces, “la aceleración supuso una desnaturalización de la experiencia del tiempo que era propia de las sociedades tradicionales, en el sentido de que se asumió como un tiempo producido por los hombres, rompiendo con ello con la idea de tiempo como una entidad dependiente de factores extrahumanos” (Olvera y Moya 2011:70), tal como ya lo señalaba Norbert Elías en “Sobre el tiempo” (1989).

En el desempeño de este doble efecto (aceleración y sobre - información) se consolida lo que se ha definido como una “memoria conmemorativa” que por su institucionalización contribuye a establecer el “ciclo anual de recuerdos” para asegurar que por distintos motivos, en distintas fechas del año, sus miembros rememoren momentos sagrados de su pasado colectivo o valores socialmente deseables en el presente” (Olvera y Moya, 2011:57). A pesar de la percepción de la aceleración temporal, el anclaje a coordenadas espacio temporales que ocurre paralelamente está fortalecido por la distribución informativa que convoca a esta serie de fechas institucionalizadas.

“Los acontecimientos conmemorados, enmarcados en los calendarios y practicados a través de los lenguajes” corresponden -en palabras de Moya y Olvera siguiendo a Zeruvabel- a “jalones simbólicos que ayudan a los grupos sociales o a las naciones a dar cuerpo a sus sistemas convencionales de periodización histórica” (2011: 57 -58). Recalamos con esto la idea del enfrentamiento entre la concepción de aceleración con la de memoria conmemorativa que atenúa las inminentes incertidumbres que podrían sembrar desequilibrio en un sistema social. Existiría entonces una especie de autorregulación sistemática que otorga viabilidad a esa aceleración pero sin que pueda escapar de una orgánica mayor, ya compartida y validada por un grupo de personas.

“Si partimos del hecho de que tanto las colectividades como los individuos requieren de una definición mínima de las coordenadas espacio –temporales en las que están situados para poder continuar con sus planes y proyectos”, explican las autoras, podemos afirmar que el “incremento de la complejidad societal modifica el qué, el quién y el cómo de los rituales conmemorativos, especialmente de aquellos que se proponen convocar al conjunto (simbólico, imaginado, imaginario) de una comunidad nacional cuya identidad se busca confirmar, refrendar y proteger” (2011:66). Siguiendo estas afirmaciones, la aceleración sí causaría modificaciones en los hitos conmemorativos, pero a nivel interno (“qué, quién y el cómo”). Sobre esto debemos señalar que esta investigación no ha seguido una trayectoria histórica de los hitos estudiados, pero desde la percepción general se evidencia una determinada forma de operar que se siente cada vez más intensificada (este es uno de los factores que ha dado sentido al interés en estudiar este problema).

Esta aceleración se ve materializada, entre otras instancias, en el previo anuncio publicitario que de manera reiterativa, y por qué no decirlo, en algún punto agobiante, pone en aviso y alerta sobre ese paso del tiempo marcado al compás de las conmemoraciones que se avecinan, que se acercan de manera veloz y cada vez más prematuramente a las personas, implicando una serie de acciones: rituales, comportamientos y acciones, hasta la disposición de determinadas “templanzas” y la emergencia de estados emocionales “ad hoc”.

Esta operatoria, denominada “periodización de la vida cotidiana”, se ve legitimada para su despliegue desde distintas racionalidades que la hacen operar, acompañadas y validadas por una serie de valores que son protegidos y consagrados en esta relación. Estos elementos configuran así ciertos imaginarios sociales que hacen que el escenario planteado sea visto como un horizonte de posibilidad, en coherencia con las racionalidades y valores que legitiman la dinámica.

No podemos hablar de una única racionalidad ni de un único valor que la acompañe. Eso sí, ratificamos la idea de un componente normativo en las racionalidades políticas que se cruzan en la periodización de la vida cotidiana. Primero reafirmamos lo planteado por Arancibia sobre la presencia de una racionalidad biopolítica - policial. Esta se manifiesta principalmente en el permanente control estatal/gubernamental (leyes/medidas coyunturales de mitigación de efectos) que acompaña las celebraciones estudiadas en este trabajo, principalmente manifestado en la idea de la celebración en los márgenes del control dispuesto y en la idea del control de las muertes desde la cifra y la comparación estadística con años anteriores.

Esto, en el caso de las fiestas patrias, en el que uno de los comportamientos implicados es el alto consumo de alcohol y el desplazamiento entre ciudades y/o lugares de celebración, situaciones que, de ser combinadas, pueden incrementar o disminuir la cifra de fallecidos en accidentes de tránsito, tanto de conductores de vehículos como peatones. Esta cifra tiene como materialidad el número de muertes, de cuerpos ya sin vida.

Las muertes en festejo, bajo la óptica de esta racionalidad son signadas por los discursos de los contenidos noticiosos bajo un cariz crítico por el exceso de los límites puestos. Quienes provocan accidentes se salen de los márgenes dispuestos para el desborde institucionalmente proporcionado para cada festejo (días y lugares determinados, comportamientos óptimos, templanza adecuada al festejo, etc.). Hay condiciones dispuestas y el salirse de ellas queda sancionado también en el discurso mediático.

Uno de los valores implicados en esta racionalidad es el de la protección y el salvaguardo de las condiciones. No sólo se disponen de los días para festejar, los lugares para hacer y cómo hacerlo, sino que también se ofrecen las condiciones de resguardo para su ejecución, dadas concretamente a través del despliegue de Carabineros como garantes del orden, quienes los días festivos deben trabajar y, entre otras cosas, hacer la “vista gorda” ante quienes consumen alcohol en la vía pública, mientras sigan en los márgenes de la convivencia pacífica.

También se manifiesta este valor en el rol fiscalizador de las entidades de gobierno en ámbitos como la prevención de riesgo, la sanidad de los alimentos, la toxicidad y rotulación adecuada de productos (Ministerio de Salud), en el cumplimiento de las leyes laborales a través de los feriados y los horarios de cierre (normativa y Ministerio del Trabajo), en la fiscalización a los buses interurbanos y en las carreteras concesionadas (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones), etc. Entonces, si son los órganos de gobierno con sus planes de acción o de “mitigación de eventualidades” y el Estado con sus leyes permanentes los que acordonan el festejo con las condiciones óptimas para su ejercicio, por qué no arrojarse a la satisfacción.

Esto último está vinculado a una racionalidad gubernamental. Según Foucault esta ha seguido una trayectoria que va desde la ilimitada racionalidad de Estado pasando por un control de ésta desde lo jurídico, hasta la economía política, entendida esta última como “la forma de racionalidad que permite así a la razón gubernamental autolimitarse” (2007:30). Esta racionalidad “reflexiona sobre las mismas prácticas gubernamentales y no las examina en términos de derecho para saber si son legítimas o no. No las considera desde el punto de

vista de su origen sino de sus efectos” (2007:32). Estaríamos entonces ante una racionalidad pragmática que se va configurando constantemente en función a determinados resultados que puedan ir emergiendo, teniéndolos como horizonte. Puede que esta racionalidad se plantee de modo superficial en la medida que se aplique a la conmemoración, a un instante de excepcionalidad dentro de la vida cotidiana, pero se imbrica en lo más profundo del espectro de las decisiones de los individuos, en sus comportamientos, horarios y elecciones, hasta en su protección ante la inminente muerte.

Otro tipo de racionalidad que se visualiza en este problema es aquella de tipo integradora. La dinámica de la periodización de la vida cotidiana está dispuesta para ser vivida socialmente ya que trae al presente una serie de acontecimientos que, por respuesta a un pasado o con razón del mismo presente, son validados colectivamente, sometiendo de modo universal a las personas a su ejercicio. Quizás en vez de denominarla racionalidad integradora, debiese denominársela “aglutinadora” ya que si bien convoca a un fenómeno social y masivo, la integración propuesta estaría dada por una clave del consumo, del comercio y de la homogenización de la conducta, la que se manifiesta de modo distinto según las clases sociales y espacios territoriales que componen las ciudades.

Para Tomás Moulián, y como ya planteaba Néstor García Canclini, no se puede considerar el consumo como una forma de ciudadanía, ya que esta última “es un concepto aplicable a la política” y significa “el ejercicio de la racionalidad deliberativa, desde la cual se piensa y se actúa sobre la sociedad, sobre las finalidades que esta plantea. Nada tiene de acto deliberativo político la elección entre marcas o precios” (1998:40). Según esta lectura, la racionalidad deliberativa quedaría en un segundo plano, torcida bajo la idea de libertad de elección y por ende, de acceso.

Zigmunt Bauman se refiere a una de las estrategias de la sociedad de consumidores. “Además de tratarse de una economía de exceso y los desechos, el consumismo es también, y justamente por esa razón, una *economía del engaño*”, señala, enfatizando que se “apuesta a la *irracionalidad* de los consumidores, y no a sus decisiones bien informadas tomadas en frío; apuesta a despertar la *emoción* consumista, y no a cultivar la *razón*” (2006:72).

Una de las fuentes de integración es el acceso al consumo, dispuesto de modo universal a través del sistema crediticio. “Aunque ella no sea real, el dispositivo de facilitación del consumo opera como un potente mecanismo de integración social, que atrapa en sus redes una parte importante de la población activa”, explica Tomás Moulián. Para él “esta cadena crediticia aminora la rigidez de la distribución de ingresos y dulcifica la ausencia de políticas estatales destinadas a compensar la ceguera de los mercados laborales” (1998:39).

El acceso como integración cumpliría además un efecto pacificador y propulsor de un imaginario social “equilibrado” en el que “todos pueden acceder a todo”, extralimitando muchas veces con ese ideario las posibilidades más reales. Lo importante sería la configuración de esa posibilidad en el imaginario social. Estimamos que ésta se encuentra firmemente arraigado allí en nuestra sociedad actual. Lo que le podría hacer contrapeso es el posicionamiento de la idea de “desigualdad”, “inequidad” y “segregación” puestos más bien en un espacio de discusión más simbólico que material, a pesar de lo concreto que significa que unos tengan muchísimos más ingresos que otros, por ejemplo.

Este imaginario de la posibilidad como acceso se complementa en las discursividades publicitarias y en códigos noticiosos que validan su existencia, adjudicándole al consumo cierto status según sea la instancia (moda, nivel económico, acceso y uso de la tecnología, etc.). Esto, como plantea Juan Pablo Arancibia, estaría dado por la administración del sentido del tiempo que se ejerce en la narratividad que se le aplica a partir de los relatos noticiosos cotidianos. La administración de sentido del tiempo deviene, siguiendo al autor, en administración de la memoria a partir de la configuración de una memoria oficial y de la construcción de identidades. “La televisión aparece como un metalugar narrativo desde el cual se reconocen todos los laberintos de la historia, todos sus tiempos, hechos, personajes y significados, ahora reciclados por el formato televisivo. La televisión parece dictar las condiciones del presente, su identidad y su temporalidad”, explica Arancibia (2006:111).

Uno de los valores enarbolados por este tipo de racionalidad es el valor de la familia como espacio de encuentro. Si cada conmemoración comprende un uso del tiempo específico al que se ofrecen ciertas condiciones y se imponen un determinado tipo de comportamientos,

estos se alojan en un espacio simbólico de emotividad y protección como lo es la familia, instancia a la que la mayoría de las personas se repliega o convoca para los festejos conmemorativos (viaja de visita, se reúnen a comer, salen de paseo en conjunto etc.). En los tres casos estudiados está presente el valor de la familia: en el primero en el caso de un rol particular, en el segundo como instancia de celebración y festejo, y en el tercero como instancia de “recogimiento” por el significado de la fecha.

Otro tipo de racionalidad ya mencionada en los capítulos anteriores es la propuesta por Norbert Lechner: la neoconservadora. Ésta consagra el orden y la libertad como valores intransables y el rol del Estado como mero árbitro del mercado, que sería el organismo de promoción del orden ya que “no el procedimiento democrático, sino el mercado, garantiza un buen gobierno” (2007:142). Según la descripción de Lechner, el orden estaría aplicado como racionalidad.

La libertad es uno de los valores de esta racionalidad pero dada en un doble juego. Como señala Foucault, “el sistema se manifiesta liberal pero impone sus propios marcos de regulación que coartan tal libertad prometida” (2006:86), es decir, se autoimpone márgenes para tal libertad, como sería en el caso del consumo programado de la periodización. Por ejemplo, en marzo las familias pueden elegir entre comprar tal y cual cuaderno, tal o cual mochila, pueden variar las marcas, materiales, colores y diseños, pero en eso queda la libertad de elección, en ese margen ya que si o sí se deben adquirir esos productos en tal fecha. “En el fondo, si por un lado (...) el liberalismo es un arte de gobernar que en lo fundamental manipula los intereses, no puede -y ésta es la otra cara de la moneda- manipularlos sin ser al mismo tiempo el administrador de los peligros y de los mecanismos de seguridad/libertad” (Foucault, 2006:86). Es como lo que decía Lazzarato respecto a que en los mundos normalizados ejercemos la libertad sólo eligiendo entre las posibilidades que otros han instituido (2006:103).

Otra tipología de racionalidad, concatenada con todas las ya señaladas es la racionalidad utilitarista, que implica promover cierto tipo de información cuando ésta sea conveniente. Un ejemplo de esto ocurre cuando al iniciarse la cobertura de la navidad, el mensaje apuntaba a la información y la promoción de un ejercicio responsable de las compras en

cuanto a endeudamiento y modos de pago (promoviendo incluso en el contenido que las personas compraran en efectivo y no a crédito). Bajo esta racionalidad el sistema se expone como claro, correcto y justo -“en su justa medida”-, enarbolando una ética determinada.

Estas racionalidades se manifiestan en relación directa tanto de ellas mismas como de la serie de valores que las acompañan. Esta relación queda expresada también a través de la ejecución de una serie de mecanismos que se han detectado en el análisis de caso.

Uno de los mecanismos es el conductual: se relevan de modo discursivo (referencial y descriptivo) aquellos comportamientos que son *ad hoc* a determinadas fechas, los que son plausibles dentro de ese contexto y que son cargados de sentido por el tipo de conmemoración y su contenido reivindicado (la figura del padre, la patria y el “nacimiento de Jesús”). Dentro de los contenidos noticiosos, se exponen personas felices ejerciéndolos, se plantean alternativas de cómo llevarlos a cabo, etc., pero cada año son las mismas según la ocasión: regalar, comprar, salir de viaje, beber determinados tragos, comer determinadas preparaciones, asistir a cierto tipo de lugar...

En este tipo de mecanismo encontramos también el planteamiento de la idea de “celebrar como se debe”, como un objetivo en sí mismo, conmemorar bajo una lógica de lo óptimo, como se debe vivir y disfrutar, bajo la lógica del estándar. Los hitos de la periodización son presentados como experiencias que tienen que ser vividas, casi sin exclusión, sin peros: está todo dispuesto para ello.

Sobre esto último surge la pregunta respecto de qué significa celebrar y, con ello, qué significa no celebrar. ¿Sería acaso huir de la ciudad, recluirse solitariamente en la casa y no abrir las ventanas? Existe entonces una “presión” por pasarlo bien y gozar, como instancias que se dan para aprovechar.

Los mecanismos conductuales ya referidos se valen del discurso para ser expresados y masificados. Un mecanismo discursivo encontrado en el análisis es el planteamiento de la valoración positiva y la ausencia de un cariz crítico ante lo aludido (o sólo en casos

puntuales donde la obviedad es lo que hace que se valga de esa crítica). Este mecanismo implica exponer en los contenidos noticiosos a las personas ejecutando los comportamientos en un presente continuo, comunicando una satisfacción, siendo validados por las opiniones de expertos y autoridades, y siendo convocados para el festejo. Los ejecutantes quedan expuestos como productores de las acciones (que parecen naturales). Desde acá podemos plantear que estos mecanismos no se expresan en la obviedad, sino que su objetivo se ve travestido de positividad en un discurso que funciona naturalmente, que constituye una versión de la realidad donde estos comportamientos tienen plena cabida.

Otro mecanismo discursivo es el uso del código de verdad con el que están relacionados los contenidos del noticiario central, enmarcados dentro de un programa que está separado del espacio publicitario y que no se manifiesta en este código dentro de sus emisiones. Clarificar esa separación es demarcar que lo planteado en el interior del noticiario es representación de la realidad y que lo que se encuentra fuera corresponde a otro código, a otro tipo de representación. En el primer caso se muestra la concreción del anuncio ya iniciado con semanas o meses de antelación en la publicidad, mientras que el discurso del noticiario refuerza la idea de que finalmente sí ocurrió lo propuesto, la promesa asumida de que va a pasar lo que tiene que pasar.

La naturalización es uno de los principales mecanismos discursivos ya que ningún tipo de práctica social anda justificando su origen y transformación, sino que se ve oculta en la misma práctica y en su cotidianidad que le da un carácter natural: “es sobre todo el momento en que lo social es opacado por la imagen de realidad natural. Las representaciones se hacen transparentes, como si fuesen la realidad a la que refieren” (1999:15).

En esto colabora profundamente el discurso noticioso que simplemente referencia lo acontecido, dejando en segundo plano la legalidad de lo mencionado. Así se plantea con naturalidad, como si esto fuera parte esencial de lo social. Sobre esto explica Canales que “el sentido de lo que es real y el sentido de lo que se debe o puede hacer, queda inscrito más allá de lo observable o discutible por los sujetos que, después de haberlo instituido, lo

viven dotado de legalidad propia (1999:13). Existiría entonces una relación entre la naturalización, también vinculada por Canales con el concepto de “lo obvio” y el orden. Lo primero corresponde a “eventos en los que la contingencia o relatividad de un hecho social se borra en una suerte de absolutización o naturalización” (1999:12), mientras que el orden -consagrado por la racionalidad neoconservadora- “se crea a sí mismo” con “leyes que se velan y no se ven operando de ese modo invisible” (1999:12).

Sobre la racionalidad neoconservadora Norbert Lechner señala que ésta se apoya en tres elementos: primero, en la organización como una racionalidad en sí; segundo, la organización como método (o mecanismo) para las prácticas sociales; y tercero, la organización como “procedimiento”, donde “la práctica social es concebida en analogía a la disposición técnica sobre las cosas” (2007:16).

Y, según plantean los autores y como pudo verse en el noticiero, la idea del orden se emplaza también en el ámbito de los deseos. Sobre esto García Canclini explica que las sociedades no soportan la “irrupción errática de los deseos, ni la consiguiente incertidumbre de significados” ya que “necesitamos estructuras en las que se piense y ordene aquello que deseamos” (1995:46). Misma idea ya han planteado Douglas e Isherwood al referirse a que la ritualidad cumple la función de congelar los significados.

Y regular las prácticas de consumo sirve también para ordenar los deseos. Establecerlos y “congelar” sus significados en determinados periodos no es sólo porque un cumpleaños o el aniversario del santo patrono justifiquen moral o religiosamente el gasto, sino también porque en ellos ocurre algo a través de lo cual la sociedad consagra una cierta racionalidad que la ordena y le da seguridad” (García Canclini, 1995:47).

Es por eso que el consumo opera como orden y al mismo tiempo como lugar de respuestas a las preguntas que no da la política sobre el orden. Ir al *mall* es acudir a un espacio plenamente ordenado y generalmente seguro donde está todo en un solo lugar. “Es en este juego entre deseos y estructuras que las mercancías y el consumo sirven también para ordenar políticamente cada sociedad” (1995: 48).

En ese código, en el de orden, el consumo opera también como modo de relación. “Comprar objetos, colgárselos al cuerpo o distribuirlos por la casa, asignarles un lugar en el orden, atribuirles funciones en la comunicación con otros, son los recursos para pensar el propio cuerpo, el inestable orden social y las interacciones inciertas con los demás” (1995:46), explica García Canclini.

Un mecanismo de tipo legal del sistema corresponde a la relevancia que los derechos que las personas tienen en su rol de consumidores. Uno de los ejemplos más fehacientes es el ticket de cambio como insumo que posibilita anular una elección para imponer otra. Encontramos también la posibilidad de devolución de los productos. Estos derechos están en coherencia con la consagración de la libertad de elección en su grado máximo ya que llega a la acción de retractarse de ser deseado. Sobre esto Canclini se refiere a que las mayorías son incorporadas a espacios deliberativos principalmente como clientes (1995:25). Con la preponderancia del mercado como orden social, a lo que se suma los modos de informarse y su respectivas formas de representación social de la realidad, “se establecieron otras formas de entender la pertenencia a la comunidad y “de concebir y ejercer los derechos” (1995:23).

Pero esto no sólo se da a la hora de cambiar el color de un pantalón o la talla de un vestido. La figura del cliente va más allá del consumo ordenado bajo la periodización de la vida cotidiana. Está presente, por ejemplo, en la relación clientelar entre los estudiantes y sus casas de estudio, incluso en el caso de las instituciones estatales donde la exigencia debiese estar dada bajo el precepto de derecho. Esto está relacionado con el ejemplo con que se abrió el capítulo I, cuando el proyecto de la Defensoría Nacional del Usuario se sobrepuso como respuesta al proyecto de creación del “ombudsman” o defensor del pueblo.

Uno de los mecanismos más destacables que se ha presentado en la cobertura a la dinámica de la periodización es la justificación bajo el concepto de “tradición”. En algunos contenidos se han asociado los comportamientos a lo “tradicional” entendido como un *status quo*, como algo que se ejerce por poseer esa condición, que es valorada además

positivamente en los contenidos. Se vincula directamente a lo inmodificable y a lo que por alguna razón se ha venido realizando repetitivamente.

“En las más avanzadas sociedades modernas, la tradición continúa desempeñando un papel”, plantea Anthony Giddens, “pero este papel es generalmente mucho menos significativo de lo que suponen algunos autores que dirigen su atención a la integración de la tradición y la modernidad en el mundo contemporáneo” (1993:46).

Sobre el concepto de tradición una de las lecturas más compartidas es "la que etimológicamente hace venir el término del latín "tradere", del que derivaría tradición, es decir, lo que se viene transmitiendo del pasado; por extensión, el conjunto de conocimientos que cada generación entrega a la siguiente" (Arévalo, 2004:926).

Pero no sólo es eso. Como plantea J. Marcos Arévalo de la Universidad de Extremadura, España, "si la tradición es la licencia colectiva, *el legado del pasado*, lo es también debido a su *renovación en el presente (...)*", ya que “para mantenerse vigente, y no quedarse en un conjunto de anacronías antiguallas o costumbres fósiles y obsoletas, se modifica al compás de la sociedad, pues representa la continuidad cultural" (2004:926).

Por su parte, Eric Hobsbawm define un concepto específico de tradición: el de “tradición inventada”, el que “incluye por igual *tradiciones* efectivamente inventadas, elaboradas y formalmente establecidas, y aquellas que emergen en forma no tan fácilmente rastreable dentro de un periodo breve e identificable cronológicamente -en cuestión de unos pocos años, quizás- y que se fijan con gran rapidez" (1990:97). El historiador británico define entonces que todas las tradiciones son inventadas, independiente de su localización originaria.

Para él las tradiciones “tienen por objeto inculcar determinados valores y normas de conducta a través de su reiteración, lo que automáticamente implica la continuidad con el pasado" (1990:97). La inculcación de normas y valores está directamente relacionada con la normatividad implicada en la dinámica de la periodización y con algunos de los valores con

los que se presentan y resguardan las racionalidades planteadas, como es el valor de la familia y el recogimiento en la racionalidad integradora o “aglutinadora”. Esto queda expuesto también cuando Hobsbwan señala que la invención de las tradiciones “es fundamentalmente un proceso de formalización y ritualización, caracterizado por la referencia al pasado, aunque sólo sea mediante la imposición de reiteración” (1990:99).

Tanto Arévalo como Hobsbwan comparten la idea de que las tradiciones no son invariantes a plenitud sino que se van amoldando a los cambios del mundo contemporáneo. “La *costumbre* no puede permitirse ser invariante por la sencilla razón de que aún en las sociedades *tradicionales* la vida no lo es” (1990:98), explica el historiador inglés.

Otros punto de vista lo plantea Raymond Williams que, entrevistado por Beatriz Sarlo para la Revista Punto de vista, explica que, “aunque es verdad que tradición implica continuidad, casi desde el comienzo he estado repitiendo que toda tradición es selectiva, que la naturaleza misma de la tradición, considerada históricamente, consiste en una selección considerable” (1979:12). Esta definición deja abierta la pregunta sobre qué factores son los que determinarían si una tradición es seleccionada para su continuidad por sobre otras que son abandonadas, dejando abierta la disputa por la preeminencia.

También abre la pregunta por cómo se han ido seleccionado tradiciones recientemente inventadas, considerando que hoy se han ido incorporando una serie de nuevas efemérides al calendario anual en Chile, como son “el día del completo”, “de la chorrillana”, “de la piscola”, entre otros. Estos responderían más bien a otro concepto que se diferencia de “tradición”: la idea de lo “típico”, término más emparentado con la chilenidad, que se consagra en función de mercantilizar su materialidad y evidenciar una cultura.

Como vemos, el concepto de tradición es también un problema que posee una lógica temporal. En la periodización de la vida cotidiana encontramos una serie de dinámicas temporales, aparte de la aceleración del tiempo.

Una de las dinámicas corresponde a que cada hito conmemorativo, sumido de antemano en una lógica temporal continuista posee de manera independiente una dinámica temporal, posee una propia periodicidad. Esta estaría dada en cuatro tiempos: el anuncio en los dispositivos publicitarios y en los ornamentales (correspondiente a la preparación material como las compras y la preparación simbólica con la instauración de un temple anímico); el suceso en sí (acusado desde la referencialidad noticiosa, ocurre lo que se dijo que pasaría porque tiene que pasar); el declive del suceso (este ya ha ocurrido por fecha del calendario pero aún quedan resabios explicitados en contenidos de balance -repitiéndose aquello que tenía que pasar y que ya fue dicho-); y finalmente el despegue de un nuevo ciclo comenzado con mayor o menor anticipación dependiendo de la importancia que el hito conmemorativo posee a nivel simbólico, pero por sobre todo, económico.

Otra dinámica que se hace presente en la periodización, y que está relacionada con la anterior, son los diálogos temporales. Ésta estaría dada por: la pre escritura del futuro (la promesa de lo que viene); el tiempo publicitario (el anuncio en código publicitario evidente); la preparación y el tiempo crediticio (el placer de adquirir que deja bajo fianza el proceso de pago); la conmemoración (euforia temporal, la promesa cumplida); el fin y la llegada del pago. En la cultura del consumismo se “proporciona goce instantáneo pero compromete el futuro” (Moulián, 1998:23).

Otro aspecto temporal corresponde al uso del tiempo en la dinámica de la escisión entre y el tiempo de la excepción, que para ciertos casos llega a ser el tiempo del “no trabajo”. Este llega muchas veces a no serlo cuando el hito conmemorado no compromete un feriado irrenunciable, pero también cuando las personas se encuentran en el tiempo de la excepción pero igual se someten a un estrés por lo que la festividad implica. Al ser planteado el tiempo de la excepción que debe disfrutarse y administrarse de una determinada forma, poco se consagra al descanso, al añorado descanso excepcional, sino más bien a la preparación para alcanzar el estándar y, con ello, al consumo de lo debido.

Sobre esto, Olvera y Moya plantean que la estructuración del tiempo social, “refleja la yuxtaposición de dos tipos de orden temporal: uno profano, organizador de la rutina

cotidiana, y otro ligado al orden sagrado y también al cívico –que no deja de tener sus resabios sagrados” (2011:56). Esto se ve reflejado en ritualidades como el *Te Deum* y la Parada Militar, donde “lo sagrado” está dado en el primer caso en la religiosidad propiamente tal, y en el segundo, en la consagración performática del poder, desplegado esto en los cuerpos marchantes.

Como ya planteaba Lechner sobre la racionalidad neoconservadora, ésta emparenta, restringe, produce una identificación de “lo político” con la “organización” como un ejercicio técnico más que deliberativo.

“Hace ya veinte años, Sheldon Wolin señaló la progresiva identificación de lo político con la organización”, releva Norbert Lechner. Para él esta relación implica “someter las relaciones sociales a medidas fijas y, por ende, fiscalizables, y de someter el comportamiento humano a reglas técnicas, o sea, previsibles, ha tenido efectos diferentes” (2007:156). Esto, sumado al ensimismamiento en el presentismo dificulta el pensar “con un mínimo de confianza en el futuro, el producto de la contracción de los horizontes temporales del pasado y el porvenir a favor de la inmediatez” (Moya y Olvera, 2011:75).

Esta inmediatez encapsula el tiempo y la visibilidad de lo próximo, visto más allá de los anuncios de lo que vendrá en cuanto al próximo hito conmemorativo. Así, “acercando la actividad política al mundo de la mecánica, se vuelve lugar común una concepción de sociedad en tanto suma total de funciones, es decir, un *sistema*” (Lechner, 2007:157).

La normatividad está inscrita en esta lógica mecánica técnica en donde se ve reducida la política como acto deliberativo. Para que esto pueda funcionar debe inscribirse en un determinado “posible” o “mundo posible” como plantea Mauricio Lazzarato (2006). Para él la proliferación de los mundos posibles es “en realidad una variación de lo mismo. La creación de los posibles no está abierta a la imprevisibilidad del acontecimiento, sino que está codificada según las leyes de la valorización de los capitales” (2006:140).

Este punto se proyecta como otro foco de investigación: la anulación de la política deliberativa a partir de la normatividad empleada y las repercusiones de esta dinámica en la construcción de comunidad a partir del consumo. Pensamos que el futuro posible queda coartado de resultados inesperados en la medida que se inscribe en “un mundo posible” creado de antemano, con ciertas condiciones limitantes (como la libertad vigilada, el régimen biopolítico policial, la consagración del consumo como expresión, entre otras).

Otra posibilidad de abordar este tema tiene que ver con un seguimiento histórico de las efemérides de la periodización de la vida cotidiana, extendiendo hacia el pasado la revisión. Podría plantearse un estudio comparativo de la cobertura de estas fechas para diagnosticar ahí qué mecanismos y racionalidades operaban y compararlas con el escenario actual; esto, para ver más claramente además la idea de “aceleración del tiempo”, relevancia en los contextos a estudiar, terminologías, imaginarios sobre los perfiles conmemorados, entre otras perspectivas.

A pesar del diagnóstico general realizado en este trabajo, Henri Lefebvre (1981) y Rossana Reguillo (2000) ofrecen sus posturas desde una mirada crítica, pero al mismo tiempo más alentadora, poniendo sus apuestas en que la vida cotidiana es un lugar trascendente para mitigar la captación y atenuación de las posibilidades futuras, entre ellas las posibilidades políticas deliberativas. Reguillo manifiesta que la excepcionalidad y el contrapeso que ofrecen los discursos cotidianos recalando la diferencias temporales “tienen como función <proteger contra el acontecimiento>, es decir, contra aquellos eventos disruptivos que trastocan el continuo de la vida cotidiana” (2000:81).

Esta repetición funcionaría de dos maneras:

“De un lado, cerrar mediante la repetición y la sanción el ámbito de lo normal cotidiano; de otro lado, mediante los dispositivos rituales que permiten la transgresión <oficial> (por ejemplo, las fiestas o ceremonias políticas y religiosas). Repetición y ruptura como elementos ordenadores de la vida cotidiana” (Reguillo, 2000:81).

Para Reguillo la vida cotidiana es una instancia constreñidora, pero da chances de libertad al mismo tiempo. “Para decirlo con Giddens, cuando se refiere a las estructuras sociales (1986), la vida cotidiana es simultáneamente <habitante y constrictiva>”, explica.

“Sus mecanismos y lógicas de operación, al ser rutinizadas, constriñen a los actores sociales, les imponen unos límites, fijan unos márgenes y unos modos de operación, sin embargo hay una franja de indeterminación relativa que deja espacio para la <improvisación>, lo mismo para hacer frente a situaciones novedosas como para incorporar, normalizando discursos y prácticas que penetran desde el orden social a los mundos de la vida” (Reguillo, 2000:79).

Más claramente, para la autora la cotidianidad es la “franja social de indeterminación donde los poderes y los actores sociales libran la batalla simbólica por la definición del orden social, del proyecto societal” (2000:79). Entonces, si la vida cotidiana “es el escenario de la reproducción y de la imposición de un orden construido, es también el punto de ruptura de este orden” (2000:87).

Respecto a la vida cotidiana Henri Lefebvre manifiesta que hay dos opciones:

“*O bien* se dedica uno (empleando sus energías prácticas, aquellas de las que todo individuo dispone como ser social) a fortalecer las instituciones, las ideologías existentes –el Estado o una Iglesia, un sistema filosófico o una organización política- y al tiempo se consagra a consolidar lo cotidiano sobre lo cual se establecen y se mantienen esas <superestructuras>, *o bien* se dedica <cambiar la vida>” (1981:25-26).

Por ello habría entonces que aprovecharse de esta doble condición -habitante y constrictiva- de la vida cotidiana. Puede que simplemente seguir el orden temporal establecido, festejar cuando hay que festejar, celebrar como se debe, cumplir un estándar de “pasarle bien” esté relacionado más bien con la comodidad de seguir un orden que da espacio al goce. Y esa comodidad está dada además por condiciones ya descritas como los derechos de

consumidor, lo confortable de los centros comerciales, lo validado que resulta portar tal o cual objeto, etc.

En relación a esto, esta investigación no propone la disidencia violenta ni la revelación a la dinámica de la periodización, sino que el ejercicio de la reflexión ante lo acontecido en la vida cotidiana. Abrirse al cuestionamiento de por qué hacemos lo que hacemos, si esto de verdad sostiene o no nuestras relaciones familiares y sociales. Se propone pensar en dejar la obligación del celebrar y regalar porque así tiene que ser, estableciendo flexibilidades en torno al abordaje de las conmemoraciones inscritas en el calendario anual, mayor distención ante el consumo “obligado” de productos para determinadas épocas como los artículos escolares.

Valdría la pena prestar atención a la posibilidad propuesta por Lefebvre y Reguillo y construir desde la vida cotidiana nuevas posibilidades de entender los procesos. Puede que desde ahí se abran otros “mundos posibles” y se puedan construir otros “imaginarios”, alternativos a los del modelo imperante.

ANEXO
Grilla de Análisis

PARTE I: ANÁLISIS DEL NOTICIARIO

Fecha:

Medio: TVN, Noticiero central

Cantidad de notas vinculadas al hito:

PARTE II: ANÁLISIS DE NOTAS REFERIDAS AL HITO CONMEMORATIVO

A.-La nota:

A.1.-Título de la nota:

A.2.-Extensión en minutos (incluida la presentación):

A.3.- Autor de la nota:

A.4.-Género de la nota:

Reportaje	
Enlace en directo	
Nota informativa	
Breve	
Crónica	
Nota interpretativa	

A.5.-Tipo de imagen utilizada:

Archivo	
Entrevista	
Imágenes recurso actual	
Recreación	

B.- Elementos informativas de la nota:

Entrevista a protagonista de la noticia	
Opinión de expertos	
Opinión del transeúnte	
Infografía	

Encuestas	
Recreaciones	
Declaración de autoridades	

C.-

Recursos audiovisuales que nutren la nota:

-Efectos de imagen:

-Música y/o sonido directo:

-GC:

C.- Tipo de discurso de la nota informativa:

Referencial	
Descriptivo	
Publicitario	
Crítico	

D.- Cariz del discurso:

E.- Alusión a comportamientos vinculados al hito:

F. - Explica o justifica el origen de la festividad o sus comportamientos implicados:

G.- Valoración que hace del comportamiento implicado y/ o conmemoración:

H.- Carácter de los comportamientos aludidos:

I.- Comentarios generales

Bibliografía

- ARANCIBIA, J. “Comunicación Políticas. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile”. Universidad ARCIS, Santiago, 2006.
- ARÉVALO, J. M. "La tradición, el patrimonio y la identidad". [Revista de estudios extremeños](#), ISSN 0210-2854, [Vol. 60, N° 3, 2004](#) , págs. 925-956.
- BARTHES, R. “El mito hoy”, en “Mitologías”. Siglo XXI Editores, México, 1988.
- BAUMAN, Z. “Vida de consumo”. Paidós, Barcelona; Buenos Aires; México, 2006.
- CANALES, M. “Sociologías de la vida cotidiana”, en “Pensar lo cotidiano” (Leonela Cucurella, compiladora) Ediciones Abya-Yala, Serie Pluriminor, Quito, 1999.
- CAZANEUVE, J. “Sociología del rito”. Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1971.
- DE MORÁES, D. “Sociedad mediatizada”. Gedisa, Barcelona, 2007.
- DOUGLAS, M., ISHERWOOD, B. “El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo”. Grijalbo. México, 1979.
- ELIADE, M. “Mito y realidad”. Editorial Guadarrama, Barcelona, 1978.
- ELIAS, N. “Sobre el tiempo”. Fondo de Cultura Económica, México, 1989.
- FEATHERSTONE, M. “Cultura de consumo y postmodernismo”. Amorrortu editores, biblioteca de sociología. Argentina, 1991.
- FFRENCH-DAVIS, R. “Chile, entre el Neoliberalismo y el Crecimiento con Equidad”. En, *Revista de Economía Política*, vol. 22, n° 4 (88), octubre-diciembre/2002. Disponible en <http://www.rep.org.br/PDF/88-3.PDF>
- FOUCAULT, M. “Arqueología del saber”. Siglo veintiuno editores, Buenos Aires, 2005.

“Nacimiento de la biopolítica”. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2007.

“Sobre la ilustración”. Editorial Tecnos. Colección Clásicos del Pensamiento, Madrid, 2003.

- GARCÍA CANCLINI, N. “Consumidores y Ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización”. Grijalbo, México, 1995.
- GIDDENS, A. “Consecuencias de la modernidad”. Alianza Editorial, Madrid, 1993.
- HARTOG, F, “El historiador en un mundo presentista”. En: Devoto, Fernando. “Historiadores, ensayista y gran público. La historiografía argentina. 1990 – 2010. Buenos Aires. Ed. Biblos, 2010.
- HOBBSBAWN, E. "La invención de tradiciones". [Revista Uruguaya de Ciencia Política No. 04 año 1990](#). pp 97-107.
- LAZZARATO, M. “Por una política menor. Acontecimiento y Política en las Sociedades de Control”. Editorial Traficantes de Sueños. Madrid, 2006.
- LECHNER, N. “El proyecto neoconservador y la democracia”, en “Obras escogidas 2”. LOM, Santiago de Chile, 2007.
- LEFEBVRE, H. “La vida cotidiana en el mundo moderno”. Alianza Editorial, Quito, 1980.
- LINDÓN, A. “La vida cotidiana y su espacio temporalidad”. Colegio Mexiquense; Universidad Nacional Autónoma de México; Anthropos Editorial, Barcelona, 2000.
- MARTÍN- BARBERO, J. “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”. Ediciones Gustavo Gili, México, 1987.
- MOULIÁN, T. “El consumo me consume”. LOM, Santiago de Chile, 1998.
- MOYA, L., OLVERA, M. “La experiencia de la temporalidad en las sociedades contemporáneas, identidades sociales y rituales conmemorativos. Una propuesta de análisis desde la sociología y la teoría de la historia”. Revista *Sociológica*. Año 26, número 73, mayo –agosto de 2011. Pp 47 -86.
- RODRIGO, M. “La construcción de la noticia”. Paidós, Barcelona, 1989.
- SARLO, B. "Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad" Revista punto de vista. Año 2, número 6. Julio, 1979. pp 9 -18.
- STIELGER, B. “La Técnica y el Tiempo II. La desorientación”. Traducción de Beatriz Morales Bastos. Argitalxe Hiru. Hondarribia, España, 2002.
- TAYLOR, Ch. “Imaginario sociales modernos”. Paidós, Barcelona; Buenos Aires; México, 2006.

- VERÓN, E. “El cuerpo de las imágenes”. Grupo editorial Norma, Bogotá, 2001.

“La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad”
Gedisa Editorial, Barcelona, 1993.