

Comunicación, cultura y política: el lugar del intelectual crítico

Colectivo de Causas y Azares

Buenos Aires, Argentina

1. LA FASE TRÁGICA DE LA SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN

La sociedad de la comunicación, hace tiempo desvelada como farsa, comienza a constituirse como tragedia. Esta inversión podrá ser efecto del trastocamiento de la secuencialidad del siglo XX, pero no deja de revelar una profunda significación. Asentada en un desarrollo tecnológico que le debe mucho aún a los años de oro del Estado de Bienestar, pudo consolidar su hegemonía sólo cuando la efectivización del plan de reconversión económica mundial produjo la creciente retirada de la escena de las luchas sociales. La escalada postfordista, ejecutada al modo dependiente en los países tercermundistas, construyó el metarrelato dominante de nuestra época, que recogiendo las tradiciones tecnologicistas de Occidente, dibujó un futuro sin Fricciones de la mano del progreso. Esta promesa de igualdad y felicidad para el mundo se sustentó en un dispositivo simbólico que —alegando que los derechos de los pueblos se realizaban en una ficción democrática— construyó como figura de la nueva era al consumidor, al habitante de los shoppings, al cliente de las variedades de los monopolios, al consultado por las encuestas.

La vertiginosa transformación tecnológica quedó así imbricada con una acusación de vetustez para las mercancías del ayer que las convierten en poco menos que hojalata. Junto a las ya viejas computadoras de los '80, nos anuncian que mañana todo aquello que hoy compramos será chatarra. Y, esta es una de las grandes tragedias del siglo, lo mismo sucedería con las ideas.

De ese modo, los conceptos de actualidad y utilidad —en todas sus acepciones— han pasado a regir las vidas cotidianas de los nuevos ciudadanos simbólicos del mundo que todavía hoy no son ciudadanos materiales de su país. Deshágase de sus viejos

electrodomésticos, vaya por el último modelo. Abandone sus viejos libros, recurra a la mesa de novedades. Consignas, entonces, que deben ser pensadas, necesariamente, partiendo de la crítica de ayer. Porque si las relaciones entre hombres se presentaban ya en el siglo pasado como relaciones entre cosas, el mundo ha cambiado pero manteniendo una continuidad sustancial. Y, justamente, no por eterna, sino por pertenecer a un mismo período de la historia que sistemáticamente se ha revelado como productor incesante de la desigualdad. La sociedad de la comunicación no es tan distinta de las anteriores sociedades.

Entonces, nuestra farsa devenida en tragedia de una sociedad de la comunicación no es una historia sino dentro de otra historia, no sufre cambios sino dentro de una persistencia. Y si es imprescindible acentuar la vinculación entre los modos de ser del capitalismo es porque nuestra época se caracteriza por construir cada producto como si hubiera nacido de la nada, como si no tuviera historia, como si no fuera actividad humana cristalizada: de allí la magia de la tecnología, de los productos de los medios masivos y de la ideología dominante.

2. EL LUGAR DEL INTELLECTUAL CRÍTICO

Si bien la propia cultura de masas crea sus intelectuales orgánicos que recuperan en cierta manera la dimensión de guías de opinión en detrimento de aquella función, hoy vergonzante, de fiscalizadores críticos de lo social (efecto del desuso del compromiso y de la vanguardia), la figura del inconformista ideológico, del crítico cultural y del promotor de la incomodidad permanente se puede traducir en aislamiento o en personaje (arquetipo o estereotipo) de la propia industria cultural. La famosa vacuna de las mitologías modernas de Barthes.

La falta de distancia crítica para afrontar el juicio a los productos de los medios masivos, la poca disposición a observar las contradicciones del sistema de concentración multimediática, la apología de la interactividad como preámbulo de

una democratización de autogeneración, posturas todas que dejan de lado una actitud tradicional del intelectual inconformista, que es su relación traumática con el poder (una opción legítima es no serlo pero sin la racionalización de la derrota

Y allí, en la cuestión del poder se puede advertir la despolitización de la práctica de los intelectuales que progresivamente se van incorporando a la política cultural de los medios. Si bien se podría mantener aquella frase de los setenta de que "todo es político menos la química", es real también que lo que define estrictamente una práctica como política es la tematización del poder. Los saludables aires Foucaultianos ampliaron la influencia y existencia explícita del Poder en la capilaridad social y suavizaron positivamente el análisis del poder basado en aquellos lugares en que decía 'faquí estoy'; la propia historia se rindió a una interpretación que ya no privilegiaba lo público ni los momentos cruciales (revolución, guerra, crisis, Estado). Pero al haber tantos lugares donde el Poder se encontraba y se hacía discurso de cuerpos, imágenes, conductas y palabras se disolvía aquel lugar en que el Poder se seguía encarnando con eficacia: la economía, las instituciones políticas, las corporaciones.

Aunque esto no implica volver a estudiar al Poder desde una perspectiva manipuladora o en clave conspirativa, sería bueno tener en cuenta que la política siempre tuvo ambas cuotas en dosis importantes. Un ejemplo reciente podría servir de ilustración. Fatigaría una biblioteca reunir los escritos acerca de la relación entre la concentración informativa, la globalización cultural y la guerra del Golfo. Lo supuesta apertura que las imágenes podrían haber producido al conocimiento de la guerra o la concientización en su contra estuvo totalmente subordinado o una razón de Estado, como la propia guerra. Aunque los receptores gozaran de todas las posibilidades de elección informativa, todos entraron en el puño de la CNN.

La racionalización y la fragmentación laboral —también en el campo de la comunicación— se vincula a su reconversión económica y tecnológica que no apunta a resolver los problemas de consumo y las lacras sociales, sino que los exacerba. En este marco, los intelectuales integrales engañan y se engañan cuando defienden —o racionalizan— la posibilidad de que en el marco capitalista se resuelvan los problemas sociales que adquieren cada día mayor gravedad.

La desocupación es estratégica, a la vez buscada y funcional. La flexibilidad acorta los derechos históricos y permite que un nuevo ejército de reserva actúe como colchón de las demandas sociales. La cultura del trabajo se convirtió en un debilitamiento de las tradiciones sindicales y en el diseño de un espacio laboral a partir del modelo de shopping o Mc Donalds. El nuevo tiempo en el que vivimos es el de la desocupación como norma y la movilidad laboral (no social) como dinámica. Los trabajadores no son integrados en una sociedad móvil sino que se mueven en una sociedad cada vez más injusta. La rotación laboral constante no se debe a una especialización global sino a una precarización creciente.

En este marco es imprescindible preguntarse si en ese divorcio creciente entre los eufemismos y las crisis, la cultura política no entra también en una crisis de semiotización de sus respuestas ante los problemas sociales. En efecto, los grandes partidos pueden aparecer como la única variante del presente, pero un vacío de sentido los corroe en relación al futuro. Esta duplicidad se materializa en millones de votos y en su vaciamiento militante, que se imbrica con el nuevo lugar de los medios, pero que no puede ser reducido a él.

3. LOS PUNTOS DE PARTIDA

En los años sesenta y setenta en América Latina las teorías que analizaban los problemas de la comunicación y la cultura, después de haber desvelado la estructura de los medios, pivotaron en los contenidos de los mensajes, en las intenciones de la

emisión, en las determinaciones ideológicas. Las conclusiones más importantes consolidaron una mirada crítica del funcionamiento de los medios masivos, sobre sus efectos culturales y acerca del margen de libertad de las prácticas de recepción.

Si bien la vida cotidiana mostraba en nuestros países una generalizada conformidad con las representaciones de la cultura masiva, existían contrapesos importantes que balanceaban su influencia. Una red de mediaciones sociales que buscaban la conformación de una cultura oposicional o alternativa con vocación de poder político, encarnada en una o dos generaciones, acompañaba crítica y cotidianamente el desarrollo de poderosas industrias culturales en el continente. Se podría decir que la existencia de miles de cuadros políticos, sociales y políticoculturales daba la posibilidad de cuestionar de manera central a los medios masivos realmente existentes, se creía menos en los valores de la cultura masiva de lo que se la actuaba,

La revisión teórica, ideológica y fundamentalmente política de aquella etapa, que se hizo cargo tanto de los aciertos como de los errores, se tradujo en la revalorización del lugar de la recepción (correlato del nuevo espacio de las cuestiones democráticas en medio de las transiciones democráticas en América Latina).

Si bien los fenómenos de recepción diversa ya habían sido advertidos y desigualmente analizados en el período anterior, la nueva situación, sobre todo en los años ochenta, fue contemporánea de un proceso formal y ajuste económico que a pesar de encontrar importantes resistencias políticas y sociales, se asentó en la combinación de consensos democrático—liberales, represiones políticas y hegemonías massmediáticas. El descubrimiento de que, al poner en juego sus experiencias culturales populares, cotidianas y privadas para el consumo de lo masivo, los receptores no se identificaban ajustadamente con los mensajes —como habían pretendido las teorías críticas anteriores—, dejaba muchas veces de lado que esos mismos medios actuaban sobre un campo arrasado de aquellos cuadros sociales,

políticos y político—culturales. En cierta medida, el análisis de la cultura masiva se hacía por fuera del marco político en el cual funcionaba.

Aunque en el campo intelectual, durante los últimos años, se plantearon nuevas temáticas y problematizaciones (la noción de imperialismo de comunicación alternativa la relación entre centros y periferia, la cuestión de la mundialización cultural, el auge de lo massmediático vinculado a la centralidad televisiva, los impactos de las innovaciones tecnológicas), el ajuste económico y los nuevos imaginarios predominantes de la economía de mercado (un individualismo que mira a la empresa como ordenadora de la vida social) convierten a la reflexión sobre estos temas no en disquisiciones meramente retóricas para afinar más adecuadamente la vigencia de ciertos paradigmas, sino en problemas políticos culturales que asumen posiciones disímiles en las relaciones de poder realmente existentes.

El saldo actual nos entrega una versión Un tanto acrítica de las teorías de la recepción en el momento de una hegemonía massmediática que colabora en la legitimidad de la construcción política, panorama que nos deja tan insatisfechos como antes, amén de que se corre el riesgo de desarrollar un relativismo tanto teórico como ideológico en el análisis de los fenómenos culturales.

Quizás la temática en donde se expresen mejor estos reparos sea en las actuales reflexiones sobre el papel de la televisión y de los televidentes, problemática que le devolvió a la discusión cultural un dinamismo polémico hasta ahora ausente.

Por otra parte, ciertas nociones de décadas anteriores aparecen reconceptualizadas por teorías que hacen más hincapié en los usos que realizan los sectores sociales y culturales de los productos de la comunicación masiva y, en el caso concreto de América Latina, de la posibilidad de analizar los procesos culturales vinculados a una mundialización que implica yuxtaposiciones culturales, identidades en permanente

formación, continuidades y rupturas. Sin embargo, es necesario distinguir aquellos desplazamientos de la teoría que buscan, con una perspectiva de intervención político—cultural, una comprensión de fenómenos nuevos inaprensibles desde las categorías tradicionales, de aquella otra desviación cuyas revisiones del pasado son sólo un medio para adecuarse mejor a las condiciones actuales del mercado académico y mediático. Además, no puede perderse de vista que una pretendida inserción en las realidades del presente suele pasar por alto que los nuevos escenarios que se advierten condensan también aspectos centrales de Una historia latinoamericana atravesada por el capitalismo y la dependencia.

El primer movimiento imprescindible para un estudio de la cultura contemporánea es el análisis de sus condiciones de producción. No porque se insista en una concepción que busca fuera de la cultura sus determinaciones, sino porque es imprescindible rechazar al mismo tiempo el dualismo mecanicista y el autonomista. Tanto uno como otro instalan una discontinuidad radical entre lo simbólico y lo material que pierde de vista que la artificialidad de las construcciones analíticas no se refleja en la realidad.

Es necesario, entonces, formular desde una perspectiva crítica, las preguntas que circulan poco por los claustros académicos. No sólo interrogarnos sobre los objetos que pasan a formar parte de una agenda de la moda para los estudios culturales, sino abrir el cuestionario doble sobre aquellos problemas de los que no se habla: Formular a la vez preguntas sobre la relación entre dinámicas culturales y desocupación, ajuste económico y medios masivos, y sobre por qué esas incógnitas aparecen vedadas en muchas reflexiones sobre comunicación.

En la búsqueda de responder el segundo interrogante es posible aproximarse al primero. La ausencia en amplios lugares de nuestra disciplina de estas discusiones no se explica por una constitución apolítica del mundo académico sino, por el contrario, por su política de constitución que apunta, en sus sectores más integrados, a delinear

prácticas de inserción en el mercado. La tan mentada relación entre universidad y sociedad se ve así brutalmente acotada a los márgenes del tercio que permanecería, en el mejor de los casos, dentro del sistema. El impulso dinámico, entonces, surge de la preocupación por no quedar excluido y no del interés por posicionarse junto a los ya excluidos, única forma por otra parte de construir un futuro sin quedar al margen.

5. INTERVENCIONES EN LA CRISIS

Es necesario comenzar a dar los primeros pasos de una tarea pendiente para los estudios en comunicación y cultura: debatir el tipo de intervención en la crisis. ¿No es imprescindible acaso resituar las intervenciones sobre los consumos culturales, la construcción de identidades culturales, el funcionamiento de las tribus urbanas y la conformación de las diferencias multiculturales, haciéndonos ciertas preguntas centrales que nos involucren con los lugares estructurales de la acumulación económica y el poder social?

Creemos que algunas de las cuestiones fundamentales de los estudios en comunicación y cultura se relacionan estrechamente con esos nuevos escenarios en América Latina. Sin embargo, esta relación no debería ser simplemente temática, sino un elemento rearticulatorio de una propuesta estratégica vinculada a las clases subalternas para enfrentar de manera efectiva las políticas de explotación y sumisión de las clases dominantes.

Es imprescindible rechazar la afirmación de que ya nada es igual que hace diez años, de que vivimos literalmente en otro mundo, para poder comprender realmente qué es lo que cambió. Farsa trágica, entonces, de la sociedad de la comunicación: porque la pregunta por el poder, es decir, por quién puede comunicar a quién, revela que hablar de comunicación como característica de esta sociedad es —al menos— un exceso de lenguaje. En todo caso, y es sabido, habría que interrogarse acerca de las desigualdades también en el nivel simbólico de la información. La consumación de la

tragedia acontece cuando el eufemismo deviene coartada del nuevo dispositivo político económico. Justamente, y es el boomerang de los cuantitativistas, los afectados por la desocupación en América Latina superan varias veces a los conectados a Internet en todo el mundo. La desocupación estructural funciona como límite preciso y evidente de la Utopía comunicacional...