

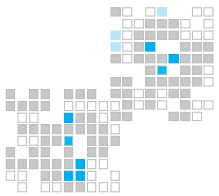
LAS NTICS EN LATINOAMÉRICA. INFLUENCIA PARA UN CAMBIO DE PARADIGMA A PARTIR DE LOS 80



Oscar Nicolás Alamo

■ Ingeniero en Sistemas de Información. Especialista en Investigación de la Comunicación. Docente de grado y postgrado. Responsable de la Cátedra de Comunicación y Desarrollo Tecnológico. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. IAPCS. Universidad Nacional de Villa María. Investigador en el área de Comunicación, Antropología, Sociología, Ciencias Políticas. Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva del Ministerio de Educación de la Nación. Miembro de la Red de Investigadores de Universidades Nacionales en el Marco del Plan Fénix – Economías Regionales. Por la FCE - Universidad Nacional de Córdoba. Tutor en el Programa de Tutorías de Equipos de Investigación. Agencia Córdoba Ciencia SE. Gobierno de la Provincia de Córdoba.

■ E-mail: oalamo@elsitio.net



RESUMEN

Se puede inscribir a los ochenta como una década bisagra en relación a su desarrollo disciplinar y su coyuntura histórica en el campo de la comunicación. Con el comienzo de mencionada década, signada por el retorno a los regímenes democráticos en el ámbito de toda Latinoamérica, se produce, en relación a los estudios de comunicación, una importante sucesión de revisiones históricas, junto a la reformulación de teorías y la instauración de nuevos conceptos dotados de una mayor especificidad, confrontando a modelos teóricos de décadas anteriores. La línea de desarrollo, centra su origen en el análisis de los distintos desplazamientos conceptuales y resignificación propuestas, a partir de la irrupción de conceptos tales como identidad, subjetividad, recepción, tecnologías y consumo, junto a su correspondiente instrumentación social a través de los distintos medios y modelos de comunicación, fundamentalmente a partir de la creciente inserción de las NTICs.

PALABRAS CLAVES: TECNOLOGÍA, RECEPCIÓN, EPISTEMOLOGÍA.

ABSTRACT

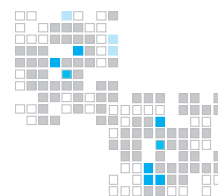
One may define the 1980s as a decade of change in terms of discipline development and historical conjuncture in the field of communication. Characterized by the return of democratic regimes throughout Latin America, the first part of the decade sees an important amount of historical revision, as well as the reformulation of theories and the restoration of new concepts provided with greater specification in the field of communication studies, defying the theoretical models that had prevailed in the previous decades. The line of development finds its origin in the analysis of different conceptual displacements and proposed resignifications, taking as a starting point the irruption of concepts such as identity, subjectivity, reception, technologies and consumption, along with social instrumentation across the different media and models of communication, essentially with the increasing insertion of the NTICs.

KEYWORDS: TECHNOLOGY, RECEPTION, EPISTEMOLOGY

RESUMO

Pode-se definir os anos 80 como uma década de mudanças em relação ao seu desenvolvimento disciplinar e sua conjuntura histórica no campo da comunicação. No começo desta década, marcada pela volta aos regimes democráticos no âmbito de toda América Latina, produz-se, em relação aos estudos de comunicação, uma importante sucessão de revisões históricas, junto à reformulação de teorias e a instauração de novos conceitos dotados de uma maior especificidade, confrontando os modelos teóricos de décadas anteriores. A linha de desenvolvimento centra sua origem na análise nos diferentes deslocamentos conceituais e resignificações propostas, a partir da irrupção de conceitos tais como identidade, subjetividade, recepção, tecnologias e consumo, junto a sua correspondente instrumentalização social por meio dos diferentes meios e modelos de comunicação, fundamentalmente a partir da crescente inserção das NTICs.

PALAVRAS-CHAVE: TECNOLOGIA, RECEPÇÃO, EPISTEMOLOGIA.



Introducción

Se puede inscribir a los ochenta como una década bisagra en relación a su desarrollo disciplinar y su coyuntura histórica en el campo de la comunicación. Depositaria de una instancia caracterizada por la *autonomización de la disciplina* (60-70) se conformaba el espacio de saberes.

Luego, se da lugar a la *institucionalización de los saberes* (80), momento en cual se produce una suerte de explosión en el estudio de la comunicación y el análisis de la cultura. A posteriori, hacia fines de los 80, será distintiva en relación a su marcada tendencia en pos de la *profesionalización de las prácticas* (fines 80 y los 90).

Con el comienzo de mencionada década, signada por el retorno a los regímenes democráticos en el ámbito de toda Latinoamérica, se produce, en relación a los estudios de comunicación, una importante sucesión de revisiones históricas, junto a la reformulación de teorías y la instauración de nuevos conceptos dotados de una mayor especificidad, confrontando a modelos teóricos de décadas anteriores.

A partir del vacío intelectual producido por las políticas impuestas por las dictaduras militares (en la década anterior) se comienza a vislumbrar, en cuanto a la producción de numerosos autores latinoamericanos identificados con la línea de pensamiento de los Estudios de la Cultura, la necesidad de intentar proveer de sentido a partir del contexto propuesto por esta nueva instancia socio-política.

Instancia que será asumida desde una óptica revisionista, instalando un profundo cuestionamiento a los discursos de los 60-70 (antecesores a las dictaduras). En realidad, se comenzaba a criticar (ajusticiar) el discurso del “modelo marxista”.

A mediados de los 80 comienza una especie de investigación cultural que no será todavía de “consumos culturales” sino más bien de “identidades culturales”, es el origen de una importante sucesión de investigaciones en las cuales prevalecen las diferencias por sobre las desigualdades, las iden-

tidades por sobre las clases. Es el momento en el cual comenzarán las investigaciones sobre mujeres, rock, privacidad, cotidianidad, entre otras; es decir que de alguna manera se repliega el “espacio público” como ámbito de análisis.

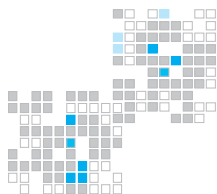
Dicho esto, el presente trabajo tiene por objeto mostrar la particular evolución en el campo de la comunicación y su relación con el cambio de paradigma propuesto por algunos autores identificados con los Estudios de Cultura en Latinoamérica.

La línea de desarrollo planteada, centra su origen en el análisis de los distintos desplazamientos conceptuales y resignificación propuestas, a partir de la irrupción de conceptos tales como identidad, subjetividad, recepción, tecnologías y consumo, junto a su correspondiente instrumentación social a través de los distintos medios y modelos de comunicación, fundamentalmente a partir de la creciente inserción de las denominadas nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICs).

Desarrollo

La inspiración teórica en los 80, por parte de algunos académicos que propiciaron la expansión de los Estudios de Cultura en Latinoamérica, una vez confrontando “el devaluado enfoque teórico preexistente”, queda expuesta en la necesidad teorizar para dar respuesta (entre otros); ante el auge que adquiere la particular evolución de la tecnología como soporte de la comunicación (en su más amplio sentido) y sus “correspondientes teorías” inherentes a los efectos en los cambios sociales.

Con relación a la insipiente institucionalización de la investigación en el campo de la comunicación, se adoptaron posturas que dejaron entrever vacíos parciales, en términos de construcción del objeto teórico. Posiciones que de alguna manera desestimaron los enunciados formulados por Schmucler al formular que “Situación histórica y método son coordinadas a tener necesariamente en cuenta para encarar el objeto [...] Se trata de saber



Con relación a la insipiente institucionalización de la investigación en el campo de la comunicación, se adoptaron posturas que dejaron entrever vacíos parciales, en términos de construcción del objeto teórico.

si por un lado va la historia (la política, la ideología) y por otro los métodos (la ciencia). [...] Sólo es 'científico', elaborador de una verdad, un método que surja de una situación histórico-política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social acorde con las proposiciones histórico-políticas en las que se pretende inscribirlas" (Schmucler. 1997, p. 133).

En este nuevo comenzar, se argumentará principalmente en la necesidad de superar el concepto de "clase" para comprender otras "identidades". No de aquellas que se construyen por su posición respecto a la propiedad o en los medios de producción; sino que particularmente se enfatizó en la crisis misma del concepto. Calificado de excluyente al momento de analizar las distintas problemáticas que atañe a grupos étnicos, de géneros, de adolescentes, entre otros; en cuanto a la reconfiguración dinámica de subjetividades y la construcción de espacios sociales propios. Se induce por entonces a trocar la horizontalidad de las clases por la verticalidad de la masa.

Abierta la puerta y superada la "clase", por extensión; serán también interpelados los conceptos de super-supra estructura, alienación, revolución; en definitiva se apuntó (con cierto éxito) hacia a la matriz teórica del marxismo.

Promediando los 80 y luego de superada la cen-

tralidad que ocuparan a fines de los 60 y principio de los 70, las investigaciones sobre medios masivos de comunicación y la incursión relativista de los estudios de sistemas significantes basados en la lingüística dentro del campo de la semiología¹, se intentará reubicar la posición del "sujeto" y su participación en la línea de los denominados estudios de recepción.

Por entonces, se comienza a avizorar una señal de cierta asunción "light" del creciente peso de los medios, por la que se adopta a partir de la noción de receptor activo una especie de conformismo populista, según el cual poco importa qué es lo que se propala, dado que el receptor siempre decodificaría a "su" manera. Tópico fundamental en la asunción de los llamados "estudios culturales"².

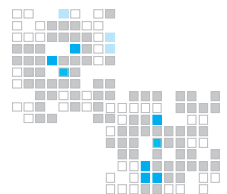
Más aún, la multiplicidad contingente de los *massmedia*, propuesta desde la Industria Cultural -en cuanto a la diversa producción de bienes simbólicos y las consecuentes prácticas sociales, acompañadas por la creciente inserción de las NTICs - fue una característica distintiva a partir de estos años, que se extenderá desde entonces y hasta nuestros días; "la recepción y el consumo de productos culturales"³.

Particularmente, las prácticas comunicativas (periodísticas) se definirán y estructuran en re-

1 Cabe recordar que en no pocos casos, la metodología utilizada para los análisis semióticos de la época, constituyeron a los mismos en un fin en si mismo, donde su sólo presencia daba por justificada la investigación. Al invocar su situación "científica" encontraba un objeto válido en los mensajes lanzados por distintos medios, donde se instala para descubrir los mecanismos estructurales que determinan su significación y por ende la ideología que comprometen. Recordar al respecto los cruces Schmucler - Verón (1974).

2 Follari, R.: "Comunicología latinoamericana: disciplina a la búsqueda de objeto", en Fundamentos de Humanidades. Nº 1. UNSL. 2000.

3 El individuo consumidor ocupa un lugar central en la concepción neoliberal. No se trata de cualquier consumidor, sino de un consumidor "soberano" en cuanto a sus elecciones, en un contexto de libre mercado. Instancia que pautará la concepción neopopulista de algunas teorías de la recepción.



lación directa con las necesidades de producción planteadas por el mercado de la información, lo que conllevó a instrumentar cierta profesionalización por fuera de la academia. Es decir, el control del mercado, demandará producciones que muden desde el ejercicio disperso de vocaciones individuales a la profesionalización programada empresarial e institucional.

De este modo, las “ciencias de la comunicación” surgen desde necesidades operativas provenientes del auge tecno-mediático, y por ello hacen un camino inverso, desde la definición de la profesión y su rol social, hacia la constitución posterior y correlativa de un discurso académico sistemático en los ámbitos académicos. Esto no es un dato menor en cuanto a los problemas de conformación teórica en la disciplina, dado que en realidad el interés prioritario nunca ha sido el propiamente científico, a la vez que el recorte mismo del objeto de análisis surge no desde lo que sería un “Objeto Teórico”, sino a partir del “Objeto Real” (Bourdieu, 1975. Op.cit.)⁴.

De esta manera, se pasó de “los medios”, en relación a la influencia del poder y manipulación ejercida por la sobredimensionada percepción acerca de los medios de comunicación masiva, a “las mediaciones”, o bien de los medios a la cultura, en alusión a la obra de Martín-Barbero (1987).

También se conceptualiza el paso de “lo mecánico” a “lo fluido”, para resignificar la evolución inherente a la alienación propuesta por los medios masivos, hacia una visión de la recepción en términos de producción.

Una “revalorización del sujeto”, situación marcada por la evolución de un receptor sujeto alienado, objeto de la manipulación, hacia un sujeto activo que produce, se apropia y transforma los mensajes; los resignifica y genera nuevos usos. “La rehabilitación de los placeres ligados al consumo

de medios, al ascenso de las visiones neoliberales, a la aceleración de la circulación mundial de bienes culturales” (Mattelart-Neveu, 1997, p.16).

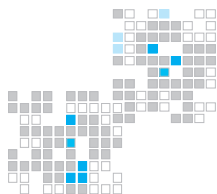
La magnificación de la actividad de la recepción como instancia de resignificación y apropiación selectiva de los sectores subalternos, permite igualar cultura popular con cultura masiva, ya que lo masivo aparece como una forma negociada de reconocimiento de lo popular. Evidencia de ello es el análisis de las telenovelas, uno de los motivos de indagación fundamentales de la obra de Jesús Martín-Barbero, como género que reactualiza uno de los formatos más antiguos de la cultura popular: el folletín. Cierta influencia gramsciana sobre la construcción de la hegemonía preside estas lecturas. Sin embargo, se desdibuja la fuerza de los medios y su capacidad de modelar sensibilidades y gustos, de anclar sentidos y de orientar deseos, en dirección al consumo. El fecundo y vasto concepto frankfurtiano de “industria cultural”, que subrayaba estos procesos, es obliterado frente a la recientemente descubierta capacidad de los receptores para resignificar, resemantizar, y apropiarse con sentido crítico de los mensajes mediáticos⁵.

Se produce así una suerte de corrimiento de carácter epistemológico, de un lado los medios y lo mecánico. Es decir, cierta concepción acerca: del poder de los medios, de la manipulación y de la alineación. Del otro lado, las mediaciones o el paradigma de lo fluido: una concepción de la recepción-producción, de resignificación, una mirada de los medios pero desde la cultura.

En consecuencia, el objeto de estudio ya no estará centrado en los medios, los emisores y sus mensajes, sino en investigar sobre la recepción, en las condiciones que construyeron a determinado receptor, sus conocimientos, competencias y experiencias. En relación a la investigación, “estamos ante la conformación de nuevo mapa nocturno, una especie de ir a tiendas” [...] “se pierde

4 Follari, Roberto. La moldura en espejo: encrucijadas epistemológicas de las Ciencias de la Comunicación. En Tram(p)as de la Comunicación. UNLP. 2003.

5 Papalini, Vanina. Estudios culturales, o la medida de lo conveniente. 2003.



el objeto y se gana el proceso”, según enunciara Martín-Barbero (1987).

Según lo enunciado, se puede interpretar que no hay demasiadas certezas sobre el “que hacer” y donde “perder el objeto” significa exactamente eso, no se alude a un alejamiento, ninguna distancia desde la cual objetivar, sino a una suerte de internalización del mismo, a un acompañamiento evolutivo en la dinámica de los procesos, que no permite su focalización atemporal, que en no pocos casos redundara en una sumatoria de análisis discretos. Situación, que de una manera implícita (o explícita), conllevará la dinámica y vertiginosa modalidad de consumo que propondrán principalmente los avances tecnológicos en materia de información y comunicación.

Esta nueva centralidad propuesta desde la recepción y su consecuente creación y resignificación de los mensajes, en no pocos casos asumió el carácter esencialista, a la vez que perdió de vista el desarrollo paralelo de una industria cultural productora de bienes y servicios, particularmente relacionado con producción de herramientas comunicacionales, consecuente con los dispositivos de dominación en su estrategia de concentración de capital y poder.

En tal sentido, A. Mattelart tomará posición al inducir un línea tendiente a “tomar ciertos cuidados”, de no interpretar erróneamente la problemática del consumo de los medios de comunicación. De la tentación de apoderarse de esta renovación conceptual con el fin de respaldar las tesis que minimizarían el papel estratégico que desempeñan los medios de comunicación en la reproducción de las relaciones sociales.

También se torna importante destacar la fuerte limitación que ha mostrado el cambio de paradigma, operado por algunos referentes de los estudios de cultura en su versión latinoamericana, y que viene dada por la “reducción”, constituida a través de la construcción de un “fantasma polémico”, con el objeto de alivianar los recursos teóricos pro-

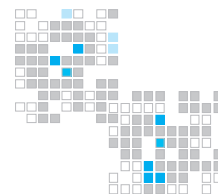
puestos a la hora de confrontar con determinado modelo. Se hace por demás llamativo, al analizar algunas observaciones críticas que se plantearan; por ejemplo, en el caso de Martín-Barbero; donde no aparecen los referentes que encarnan las posiciones a contrastar. En estas condiciones las discusiones teóricas se abrevian, se debate con lo que dicen los “Frankfurtianos” o “los de Frankfurt”. Este

Se puede inscribir a los ochenta como una década bisagra en relación a su desarrollo disciplinar y su coyuntura histórica en el campo de la comunicación.

llamado a la simplificación, podría haber realizado al menos un aporte intelectual-histórico enriquecedor, siempre y cuando se pudiera identificar la interacción con algún investigador latinoamericano de los 60 y los 70 que fuera adscrito a la Escuela de Frankfurt. ¿Se conoce alguno? No.

“Construido junto a las cuestiones surgidas de la inmediatez del acontecimiento, enigmas más que problemas, llamado a la toma de posición total y definitiva más que al análisis necesariamente parcial y reversible, el protocolo científico no tiene para esto la bella claridad del discurso del sentido común al que no le es difícil ser simple ya que comienza siempre por simplificar” (Bourdieu, 1984, p.209).

No obstante, algunos autores reconocerán con admirable honestidad intelectual tal situación: “Venimos de un obstinado fracaso: definir la comunicación. En consecuencia, siempre resulta problemático establecer el campo específico en donde se incluyen los hechos que nos proponemos analizar. Por supuesto que existen definiciones. Pero normalmente debemos acudir a generalidades tan vastas que abarcan el universo de lo posible: todo es comunicación. El concepto de comunicación, carga la culpa del racionalismo que intenta formu-



¿cómo puede el estudioso despegarse de toda valorización positiva residual cuando “la relación” entre reputación y objeto de análisis es directamente proporcional?

lar leyes únicas para explicar el funcionamiento de fenómenos plurales. [...] Todo se comunica, quiere decir, estrictamente, que todo se autorregula, que todo tiende a un fin”⁶.

Lo que comenzara como “proyecto o programa de investigación”, “mapa nocturno”, o un “andar a tientas”, se convirtió en el corto plazo, en una acelerada sucesión de producciones teóricas. No obstante, las distintas problemáticas puestas en tensión, no eran patrimonio exclusivo de éste “nuevo campo” de la comunicación, por entonces, convergían cuestionamientos a todo el espectro de las ciencias sociales.

Ya, hacia finales de los 80 comienza a cobrar notoriedad el particular abrazo que algunos autores en Latinoamérica entrecruzan en dirección de las causas posmodernas en el campo de las ciencias sociales, en particular la comunicación.

Este nuevo contexto teórico - intelectual, tenderá a consolidar el pensamiento débil adjudicado al ideario posmoderno, desde donde se comenzara a “simbolizar el prefijo posmo”; entendido como una suerte de pseudo superación dialéctica del mundo, que va más allá de la modernidad; convirtiéndose en una nueva síntesis. “Posmo” refiere a diversas situaciones, a veces se le adjudica a lo superficial, a lo poco profundo, a veces se le adjudica al individualismo, a veces se le adjudica a la resurrección del enunciado, a aspectos estéticos determinados en los que predomina el significante. En general, a todo aquello que esté vinculado más a lo comunitario que a lo social, a aspectos estéticos sobredeterminados que no tienen mayor significado que el significante, a todo aquello que esté vinculado más a la apariencia más que a lo esencial, al individuo más que a la sociedad, a la

estética, a la función poética de los mensajes, más que a la referencial”⁷.

Es decir, se trata de propugnar el repliegue del afán moderno con el objeto de obtener, mediante la discusión argumentativa, un acuerdo parcialmente duradero en relación a cómo funciona la realidad. Esta idea relativista o comunitaria de la sociedad es la que introduce el análisis fragmentario de las partes más que del todo.

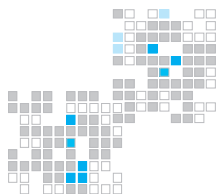
Particularmente, en los estudios sociales y de cultura se instaura una progresiva tendencia a analizar cada parte como un todo, una tribu, un movimiento social, una comunidad de significados y allí es donde efectivamente se produce la fragmentación, la desarticulación, propiciando un espacio en el cual la práctica tiende a ser absoluta. Tal situación, redundará en un vertiginoso crecimiento de un mercado de base tecnológica para dotar de bienes y servicios propios para cada una de las cuantiosas área de consumo que se generan a partir de éste industrioso contexto.

Es decir, en la dinámica de las prácticas, la concepción “posmo” se encarga de relativizar todo fundamento racional de las elecciones, no necesita de una escala de valores jerarquizada, más bien se ajusta a la revalorización de los usos y gratificaciones, situación ante la cual se legitima y revaloriza en el propicio espacio que le propone la cultura de masas; allí donde no se exigen fundamentos permanentes.

Así, de una manera un tanto débil, algunos autores latinoamericanos consagraron para sí, una suerte de arrogante y exclusiva apropiación del “duro presente heredado”, y sus reformulaciones teóricas se concentraron en desarrollar las poten-

7 Mangone, Carlos. Apuntes de cátedra “Teorías de la Comunicación II”. UBA. (2003).

6 Schmucler, Héctor. Comunicación y Cultura. N° 12. México. 1984.



cialidades del “puro presente”. Para lo cual, inevitablemente, se debía dejar atrás los ideales constituidos en más de doscientos años de modernidad.

Así, como señala Jameson, para poder debatir si los Estudios Culturales son “una celebración posmoderna del desdibujamiento de las fronteras entre lo alto y lo bajo, del pluralismo de los microgrupos y del reemplazo de la política ideológica por la imagen y la cultura mediáticas, sería necesario volver a evaluar la relación tradicional que el movimiento de los Estudios Culturales estableció con el marxismo ...” [...] “Sería muy importante comprender verdaderamente estas cuestiones, en la medida en que, en los Estados Unidos, los Estudios Culturales pueden ser entendidos como un ‘sustituto’ del marxismo, o como un desarrollo de éste ...” (Jameson F., Zizek S., Grüner E. 1998, p. 91). En la versión de Estudios Culturales Latinoamericanos, tiende a agrandarse este panorama general.

No obstante lo enunciado, es preciso prestar especial atención y ser cuidadosos al momento de formular conclusiones ante la tensión desarrollada. No necesariamente se debe caer en la trampa de la dualidad confrontativa. Más bien, es preciso encontrar un espacio de reflexión que proponga cierto rigor epistemológico, con el objeto de reclamar la formulación de una teoría específica sobre el posmodernismo.

“En ningún caso se puede asumir que pueda hablarse de la cuestión sin tematizarla expresamente, y dar cuenta de sus determinaciones en detalle. No parece ser ésta la situación cuando pensamos en los Estudios Culturales Latinoamericano. [...] La oposición simple y maniquea entre una modernidad buena y una posmodernización perversa, no solamente no hace justicia al hecho histórico de que la modernidad es fuerte corresponsable de su propio colapso [...] sino que se presupone que sería factible restituir los estilos culturales del pasado, y también que ello sería sólo una cuestión de voluntad y decisión por parte de los actores so-

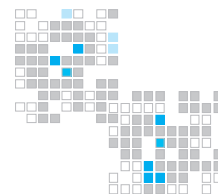
ciales. [...] Pero la idea de que desde los Estudios Culturales puede darse suficientemente cuenta de cualquier problemática ligada a lo social, lleva a creer que acerca de lo posmoderno, basta referir exclusivamente a la dimensión cultural” (Follari, 2002, p.93-94).

Algunas posiciones

En particular y avanzando en la construcción de Martín-Barbero (junto al desarrollo tecnológico de los distintos soportes comunicacionales), este autor enunciará: “La investigación sobre las tecnologías de información y comunicación tiene un capítulo central en el estudio de sus efectos sobre la cultura. Pero desde el concepto del *efecto*, las relaciones entre tecnología y cultura nos devuelven a la vieja concepción: toda la actividad de un lado (lo plural - la tecnología) y mera pasividad del otro (lo idéntico - la cultura)”. [...] “Pensar las tecnologías desde las diferencia cultural no tiene nada que ver con la añoranza o el desasosiego frente a la complejidad tecnológica o la abstracción mass-mediática”. [...] “Pero el rediseño es posible, si no como estrategia al menos como *táctica*, [...] La clave está en tomar el original importado como *energía*, como potencial a desarrollar a partir de los requerimientos de la propia cultura” (Martín-Barbero, 1987, p.244-255).

Pero los requerimientos de las propias culturas, en su mayor medida, fueron superadas en su voluntad-involuntad, a la vez que han tenido que contener cuasi “naturalmente” a la subordinación de las prácticas de consumo de bienes simbólicos, estructurada con tendencia individualista propia de la fragmentación operada, propiciando la exportación de tradiciones hacia otros centros de consumo, mercantilizando y relocalizando espacios culturales.

El desarrollo económico, político y social a partir de las distintas herramientas tecno-comunicativas, han pasado por encima de estrategias y tácticas, fundamentalmente por las marcadas ausencias



dentro de los eco-sistemas educativos formales, y su relación con la instrumentación de políticas de información y comunicación.

A su vez, *el rediseño* no fue posible, en realidad se moldea y se constituye un “nuevo diseño”, consistente en abandonar (expulsar) la historicidad, junto con la estructura propia del cúmulo de elaboraciones intelectuales; para situarlo en un plano que reduce el análisis de la dimensión política como constitutiva de los fenómenos micro, acompañado de cierta indefinición ideológica.

Por otra parte, el *original importado* solo ha servido para garantizar la internalización en las sociedades globalizadas del paradigma tecnológico (más que tecno-comunicativo) que promueve, desigualdad, exclusión y dependencia. Acompañada intelectualmente por la producción de algunos autores que hicieron del pretendido y entusiasta espacio de apertura, un facsímil de entretijos sociales atomizados dentro de la lógica de consumo propuesta por el mercado, incluso con actitudes que convalidaron la mutación: “acción” en “retórica”.

Precisamente, ante la ausencia de una vigilancia epistemológica consistente, el campo se ha visto fuertemente condicionado a la hora de formular teorías alternativas a la internalización del consumo como elemento constitutivo en la dinámica de configuración del espacio social.

Configuración que en no pocos casos ha sido acompañado implícitamente y/o explícitamente por el análisis de distintos autores que auguran alternativas comunicacionales para reconfigurar el imaginario social. Quizás, basados en un promocionado optimismo pragmático y pseudo progresista, intentando encontrar refugio en la oportuna coexistencia de espacios culturalmente diversos (híbridos). O tal vez, por el deslumbramiento tecnológico que se extiende inconmensurablemente a los planos económico-sociales, tratando de encontrar (justificar) soportes comunicacionales alternativos, con el objeto de dar respuestas a la

marcada ausencia de políticas culturales.

La configuración identitaria, las relaciones intersubjetivas y la producción de sentido, han dado cabida a desarrollos que se justifican solamente por ubicarse en la inexistente independencia propuesta por la recepción. Emisión, mensajes, recepción y retroalimentación son partes de un todo que necesariamente deben estudiarse desde posiciones críticas concretas, tanto ideológicas como epistemológicas.

Proponer el sólo estudio de la configuración de identidades⁸ a partir de la incidencia de los medios de comunicación, no se convierte en otra cosa que suscribir implícitamente cierto acuerdo con ambos extremos a los cuales se intenta distanciar y diferenciar.

Por lo que cabe formular un par de cuestiones mínimas que ponen en evidencia lo lável de algunas posiciones: ¿Cómo se constituye una mirada crítica hacia el *technology massmedia system*, parado desde la recepción, si la recepción es parte del mismo sistema?, o también, ¿cómo puede el estudioso despegarse de toda valorización positiva residual cuando “la relación” entre reputación y objeto de análisis es directamente proporcional?

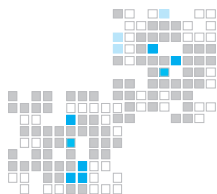
Para dar respuesta a esas cuestiones veamos a dos autores emblemáticos del campo, que ha la fecha forman parte de cuantiosas citas y referencias.

En relación con la primera pregunta, el caso de Martín-Barbero queda en evidencia: “Estoy pensando en la cantidad de spots publicitarios en los que la magia tecnológica es capaz de volver encantadoras las tareas más humillantes y más rutinarias de la vida cotidiana...”⁹.

Proponer y dar por sentada esta afirmación, podría constituirse en una verdadera apología tecnomediática, en relación a que los medios vienen a

8 Lawrence Grossberg. Identidad y Estudios Culturales: ¿no hay nada más que eso?. En Cuestiones de Identidad Cultural. Amorrortu editores. 2003.

9 Martín-Barbero, Jesús. Secularización, desencanto, y reencantamiento massmediático. Diálogos de la Comunicación N° 30, Lima. 1995



cumplir una función de reencantamiento concordante con el ideario postmoderno, a cumplir una función consolatoria, otorgando aquí el autor una especie de bienvenida a esa función consolatoria de los medios masivos.

O para ser más concreto, y para que no queden dudas: “Los medios han entrado así a hacer parte decisiva de los nuevos modos de percibirnos como latinoamericanos. Lo que significa que en ellos no sólo se reproduce la ideología, también se hace y rehace la cultura de las mayorías, no sólo se comercializan unos formatos sino que se recrean las narrativas en las que se entrelaza el imaginario mercantil con la memoria colectiva...”¹⁰.

Es decir, los medios y sus tecnologías subyacentes, no se constituyen para mostrarnos (en el más acabado sentido mercantilista) que la vida es inducida de determinada manera humillante. Tampoco se le adjudicaría un papel engañoso, en realidad diríamos, están para hacernos un favor, para que la vida tenga la magia que no tiene, para retomar una memoria colectiva (cosificada por los medios), para volver a construir los mitos. Y atención, no mito en el sentido propuesto por Adorno-Horkheimer¹¹, tampoco en el sentido formulado por Barthes¹², sino mito en el sentido de un pensamiento mágico.

En relación a la segunda incógnita planteada, se hace evidente la postura adoptada por García Canclini, al momento de proponer “lo que se debería hacer”, en una línea de pensamiento que convalida tanto por omisión como por expresión, situaciones propias de su particular dinámica de construcción ciudadana en términos

10 Martín-Barbero, Jesús. Comunicación y Solidaridad en Tiempos de Globalización. Ponencia en el 1er Encuentro Continental de Comunicadores Católicos convocado por el DECOS- CELAM y OCIC-AL, UCLAP y UNDA-AL, Medellín, abril de 1999

11 Recordemos que “el iluminismo experimenta un horror mítico por el mito”. Adorno-Horkheimer. 1947.

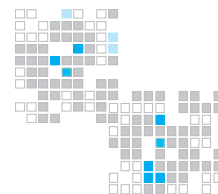
12 “Ha de ser rotundamente establecido desde el principio, que el mito es un sistema de comunicación, es mensaje”. Barthes, R. 1957.

de consumo. “Necesitamos repensar las políticas y la forma de participación, lo que significa ser ciudadanos y consumidores. El centro de esta reformulación se halla en el intento de reconcebir la esfera pública. Ni subordinada al Estado, ni disuelta en la sociedad civil, se constituye una y otra vez en la tensión entre ambos. [...] El futuro de la multiculturalidad y de la participación competitiva de las industrias latinoamericanas (materiales y simbólicas) en el mercado mundial depende de cómo combinemos esta doble visión de lo público”. [...] “Para esto, se requiere que las políticas culturales, los partidos que critican al neoliberalismo, y los movimientos sociales, superen la concepción guttembergiana de la cultura y elaboren estrategias consistentes de actuación en los medios” (García Canclini, 1995, p.190).

La sistemática destrucción del discurso propiciado por una modalidad reflejo-perceptiva que propone la concepción liberal sobre los *massmedia*, ha subsumido la categoría ciudadanía en relación a un intencionado consumo. Al repensar la esfera pública, lo que en realidad se está diciendo, apunta a una reformulación dinámica en la dimensión del estado, situándolo entre márgenes difusos e inacabados.

Pero además, la idea de competitividad de las industrias culturales latinoamericanas, se remite a comprometer políticas tendientes a generar nuevos espacios de disputa, en realidad a concentrar esfuerzos para sostener una participación dentro de un mercado globalizado que ya ha fijado las reglas.

Por otra parte, la secuencia donde se equiparan categorías del orden de: políticas culturales, partidos no críticos y movimientos sociales (en todas sus versiones), reunidos en pos de una expansión tautológica, inevitablemente desembocan en una vacuidad expresa. Al tiempo en que la consecuente naturalización del consumo simbólico han superado largamente la centralidad guttembergiana.



REFERÈNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre. *El oficio de sociólogo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1975.

_____. *Homo academicvs*. Les Editions de Minuit, 1984.

CASTELLS, Manuel. La era de la información. La sociedad de red: economía, sociedad y cultura. Barcelona: Alianza, 1997.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. México: Grijalbo, 1989.

_____. *Consumidores y Ciudadanos*. México: Grijalbo, 1995.

FOLLARI, Roberto A. *Teorías débiles*. Para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales. Argentina: Homo Sapiens Ediciones, 2002).

GIDDENS, Anthony. *Un mundo desbocado*. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Buenos Aires: Taurus, 1999.

HERMAN, Edward S. y MC CHESNEY, Robert. *Los medios globales*. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo. Madrid: Catedra, 1999.

JAMESON Frederic. *Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Buenos Aires: Paidós, 1995.

_____. ZIZEK Slavoj, GRÜNER Eduardo. *Estudios culturales*. Reflexiones sobre el multiculturalismo. Buenos Aires: Paidós, 1998.

MATTELART, Armand y MATTELAT, Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 1997.

_____. y Neveu Éric. *Introducción a los estudios culturales*. Buenos Aires: Paidós, 1997.

_____. *Historia de la sociedad de la información*. Buenos Aires: Paidós, 2003.

_____. y SCHMUCLER, Héctor. *América Latina en la encrucijada telemática*. Buenos Aires: Paidós, 1983.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003.

SCHMUCLER, Héctor. *Memorias de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos, 1997.

