

Diversidad, sociedad de la información y política audiovisual: la experiencia europea

Francisco Sierra

Catedrático. Instituto de Estudios sobre América Latina.
Universidad de Sevilla.



La transformación revolucionaria de los medios y dispositivos de ampliación del espacio público experimentada con la Sociedad global de la información y del conocimiento define, en nuestro tiempo, un nuevo marco político de cooperación y formación de la ciudadanía, que se basa en la centralidad de las industrias culturales y, en general, en la determinación de los procesos de desarrollo social por el capital simbólico y el llamado trabajo inmaterial. El desarrollo exponencial de los sistemas de información y conocimiento plantea nuevas problemáticas para la disciplina Políticas de comunicación, sobre todo si pensamos el cambio social asociado con las nuevas tecnologías desde el espacio geopolítico de América Latina, cuyo desarrollo en materia de comunicación y cultura ha sido tradicionalmente dependiente. Asociadas a las TIC se ha producido en las dos últimas décadas una intensificación de los intercambios comerciales y financieros y un incremento de las relaciones culturales, científicas y académicas sin parangón en la historia, desde el punto de vista de las cotas y dimensiones económicas y materiales; de ahí la pertinencia del análisis y estudio de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (EPC).

El abordaje del sector de las industrias culturales, y en específico el audiovisual, requiere analizar y comprender las lógicas sociales a partir de enfoques integrados a la par que flexibles que den cuenta de las nuevas políticas de comunicación, mediante la articulación de estrategias metodológicas adecuadas al reto de integración multidimensional de las llamadas industrias creativas. Los modelos tradicionales de

producción y distribución audiovisual en Internet han dado lugar a procesos de migración digital y de multiplicación de los canales de consumo, acceso y visibilidad que, a su vez, originan otros de integración y de capitalización distintos en la cadena de valor, lo que hace factible las posibilidades de proyección de las llamadas cinematografías periféricas apenas exploradas en el nuevo entorno de la Web.

El objetivo general del presente trabajo es delimitar la materia que da consistencia a este objeto formal como campo autónomo de reflexión y análisis sobre políticas de comunicación y cultura en la Unión Europea (UE), desde el punto de vista de la diversidad audiovisual. Para ello es necesario definir un espacio interdisciplinar de problemáticas y realidades materiales que contribuya a la consecución de parámetros, marcos conceptuales y saberes empíricos contrastables sobre el nuevo modelo de articulación social y desarrollo en el ámbito de las industrias culturales y su impacto en la economía audiovisual del Mercado Común Europeo, atendiendo al principio de diversidad y pluralismo lingüístico que han de proteger las cinematografías minoritarias en la UE.

Marco lógico y ámbito científico

Según Vincent Mosco, la EPC es la disciplina-campo matriz de estudio de las relaciones sociales, en particular las de poder que determinan las formas de producción, distribución y consumo de recursos de información y comunicación. Es decir, se centra en la doble contradicción fundamental capital/trabajo, economía/cultura, que atraviesa las dinámicas materiales y simbólicas de toda mediación social, y cuestiona las formas asimétricas constituidas en el capitalismo relativas al desarrollo de la industria de la comunicación y la cultura. Así, por un lado, la ciencia política contribuye al análisis del poder en los procesos de producción simbólica en torno a los sistemas informativos, para lo cual analiza la comunicación como un proceso de construcción de sentido y el consumo, de acuerdo con Pierre Bourdieu, como una dinámica de reproducción ideológica y estructuración de las jerarquías y niveles de acceso al capital simbólico y económico. Al tiempo que, por otra parte, la Economía Política proyecta conocimiento sobre las bases materiales que determinan el desarrollo de las fuerzas productivas y el proceso de innovación tecnológica en la producción industrializada de la comunicación y la cultura modernas. De ahí que las industrias culturales sean el principal objeto de estudio de la EPC como ciencia aplicada al conocimiento de la producción cultural mediatizada y los dispositivos de control social que dan lugar a la estandarización,

homogeneización y alienación típicas de la producción industrial capitalista. Por ejemplo, podemos observar ciertas concomitancias entre géneros televisivos y formatos audiovisuales o en la oferta editorial entre tendencias estéticas y éxitos de venta, en virtud de estrategias de cálculo y previsibilidad de la realización de la mercancía cultural como consumo y retorno de capital, naturalmente con desigual incidencia y distintas formas de realización en función de la variabilidad de la naturaleza intangible del objeto mercantil que es la comunicación y la cultura. En cualquier caso, prima el fetichismo de la mercancía, incluso en la producción del conocimiento socialmente necesario relativo a este ámbito, hablemos o no de sociedad de la información o del conocimiento como sucede con el nominalismo reinante en el discurso público al hablar de la revolución digital.

En este escenario adquiere sentido el empeño de las políticas públicas por garantizar la socialización de las nuevas tecnologías electrónicas y en general de la llamada economía creativa o nueva economía. Un análisis crítico de estas mediaciones y representación política, pero también del escamoteo terminológico de las políticas públicas, requiere por ello cuestionar las “lógicas sociales” de ampliación del modo de producción capitalista. Para ello hay que examinar las formas de implantación transnacionales de los nuevos sistemas de representación y la micropolítica de la comunicación y las culturas locales, así como los *agenciamientos* y lucha de clases presentes en los espacios de articulación y convergencia del sector de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías en el campo general de la cultura, porque, en efecto, el comienzo de todo es la producción. Comprender la abstracción real del modo de producción capitalista y su conformación en cada contexto histórico a la hora de entender la centralidad de la comunicación y sus políticas públicas como parte de los procesos de valorización económica de las llamadas industrias creativas, sea en el espacio audiovisual de la UE o en Latinoamérica, pasa por una estrategia de deconstrucción tanto del discurso como de los modos de creación de valor, o como diría Boris Groys, de exploración de la mediación mercantil u operación comercial del campo de lo simbólico.

Las tendencias imperantes en la industria de la cultura requieren, en este sentido, trabajos de investigación que observen, dentro y fuera de las fronteras nacionales, la vinculación entre Estado, mercado, corporaciones multimedia, procesos de concentración industrial, políticas públicas y desarrollo económico. Lo anterior tiene como fin generar un conocimiento sobre los escenarios globales que permita arrojar luz sobre las nuevas formas, dispositivos e *interplanos* del poder político-ideológico, y la incidencia en el diseño de

alternativas socialmente viables de control democrático de la información y del conocimiento mediante:

1. El análisis de la estructura de propiedad de los medios de información y las empresas productoras de tecnología y contenidos culturales.
2. El estudio de los procesos de producción y distribución cultural y de reproducción ideológica.
3. El análisis de las lógicas económico-financieras y su influencia en la conformación y dinámica mercantil de la comunicación y la educación.
4. El reconocimiento del impacto y estructura del consumo cultural en relación con las formas de desigualdad material y simbólica.

Como marco teórico fundamental, el conocimiento que ofrece la EPC puede clarificar no solo la lógica y evolución de la industria telemática en el contexto de la construcción de la sociedad global de la información, sino además el propio objeto de estudio, la problemática y las posibles respuestas que tienen que ser alentadas, interdisciplinariamente, en las Ciencias de la comunicación, la Economía, la Política y la Sociología de la cultura, vinculado con los procesos de convergencia del sector de la comunicación y las llamadas industrias creativas:

La principal ventaja de un enfoque abierto y dinámico, como el de la Economía Política, es que proporciona un marco teórico integrado, en el cual es posible engarzar, al mismo tiempo, tanto los diferentes niveles del proceso de comunicación de masas, como las dimensiones centrales de la estructura social. Una economía política concebida de esta manera permite, a su vez, dar cuenta de las mutaciones del sistema de producción simbólica de la sociedad, pero de forma articulada con las diferentes transformaciones que se producen en otros sistemas, como el tecnológico, el económico, y el político, así como de la estructura de dominio que se establece en el sistema de los intercambios internacionales, en la que también están presentes los medios de comunicación y los productos que difunden, y donde, por otra parte, constituyen un mecanismo fundamental para el mantenimiento de las desigualdades estructurales.¹

De Lisboa a la agenda digital: economía creativa y diversidad

La centralidad de la Economía creativa da cuenta de un proceso por el cual lo simbólico e inmaterial se convierte en el elemento central de la reestructuración productiva actual. El plusvalor, en otras palabras, se produce por la extracción de la energía mental de los trabajadores, mucho más que de su energía física. Un proceso generalizado de intelectualización de la producción y del consumo que incide sobre las capacidades cognitivas, formando un extendido “intelecto general” que caracteriza, según Carlos Marx, una situación en la que la dominación capitalista se

muestra anacrónica. Ello sucede cuando existe la posibilidad concreta de su superación, en función de dos lógicas intrínsecas al capitalismo tardío: la virtualización de los espacios sociales y los mundos de vida, y la extensión de la lógica biopolítica a partir del binomio ciencia-tecnología, lo que directa o indirectamente convierte al dominio del conocimiento o, en un sentido amplio, a los sistemas de producción y conformación de sentido en dispositivos estratégicos de control y cambio social.

Visto el carácter depredador del mercado y los desequilibrios que provocan las políticas comunicativas de corte liberal, no es de recibo seguir dejando abandonado el sector al gobierno de los intereses privados cada vez más agresivos, pues está en juego el pluralismo político y social, incompatible con los oligopolios informativos existentes que pervierten la naturaleza del servicio público esencial a la comunicación y la posibilidad de desarrollo y pervivencia de las narrativas y obras audiovisuales minoritarias. Por tanto, el Estado, y en este caso la UE, debe utilizar cuantas competencias le son legalmente atribuidas para planificar políticas nacionales y supranacionales coherentes e integrales desde el punto de vista de la protección de la diversidad, y de protección del audiovisual minoritario de regiones geopolíticamente periféricas por razones lingüísticas y/o debilidad industrial por tamaño o ausencia de Estado.

Conceptualmente, parece lógico que, en el mundo que está conformándose con la globalización de la sociedad-red, la investigación crítica en comunicación y cultura, materias nuevas como Políticas de comunicación e Industrias creativas reformulen sus visiones y estrategias tradicionales para asumir una visión federalista y supranacional, o mejor aún, posnacional, que vaya más allá de la mirada bilateral dominante en nuestro ámbito de actuación. Lo anterior tiene como objetivo trascender, en la era del modo de organización imperial, los limitados márgenes de maniobra de las políticas culturales resultantes de la perspectiva del Estado-nación, cuando más necesario es aprender a pensar sin Estado, o, más exactamente, cuando se requiere redefinir estrategias y las relaciones de dominación en la comunicación y la cultura global, allende las fronteras y las delimitaciones artificiales de control político-militar de reorganización de los flujos de mercancías y capitales que han marcado desde el siglo XIX la historia político-cultural de Iberoamérica. Este es el principal reto de la globalización para la defensa de un nuevo espacio multivalente, complejo y productivo de cooperación y promoción de la diversidad cultural. Pero la asunción de esta perspectiva presupone tratar de pensar y forzar los límites y quitar las máscaras; significa construir en común una “cultura

de frontera”, de frentes culturales, y de confrontación productiva de formas de sentir e imaginar comunes y distintas, que realimenten el patrimonio territorial y geopolítico común.

En la era digital, la globalización desdibuja las fronteras nacionales por el incesante intercambio comercial y la libre circulación de capitales. Como resultado, la planeación de las políticas culturales está cada vez más condicionada por los procesos de deslocalización y globalización económica, por la apertura y mutaciones tecnológicas a escala planetaria, que traspasan el marco tradicional de los Estados nacionales. En este proceso, la recomposición de los servicios públicos ha redefinido el papel intervencionista del Estado moderno al rearticular las relaciones entre comunicación, cultura y gobierno en virtud de una filosofía de la libre competencia que reduce el aparato del Estado a una función básicamente evaluadora, mientras se acentúan las contradicciones entre medios globales, cultura nacional y prácticas sociales marcadas por el paulatino proceso de subsunción de la sociedad entera por el capital so pretexto de la neutralidad tecnológica.

Ahora bien, como advierte Manuel Castells, además de máquinas telemáticas las tecnologías de la información son medios de organización e ingeniería social. La estructuración de redes distribuidas de comunicación garantiza no solo la constitución democrática de espacios de autonomía, además —en la medida que corresponde a las nuevas formas de producción económica y social— facilita estrategias de movilidad, así como capacidad de oposición y flexibilidad organizativa en los procesos de cambio que deben acometer los poderes públicos y las comunidades en el nuevo entorno competitivo de la globalización. Esto hace necesario y posible un nuevo lenguaje y otros modos de pensar y organizar la acción del Estado.

Diversidad cultural y análisis regional de políticas audiovisuales

Al hablar de nuevo sistema o ecosistema de información y de los cambios en la estructura de las industrias culturales, se parte de la idea de una mudanza sustancial en la lógica de ampliación y reproducción económica. La nueva economía social hoy se fundamenta, parafraseando a Gabriel Tarde, en la imitación del modo de producción cultural, inspirada en la lógica del don (*potlach*) y, desde luego, en la autonomía creativa, en virtud de la ampliación y socialización del principio marxiano de “*general intellect*”. En este nuevo marco ocho tendencias parecen marcar el sistema informativo:

- La movilidad creciente (móviles, *tablets*, *netbooks*...).
- La prevalencia de las redes sociales.

- La comercialización y rentabilidad de los intercambios de iniciativa como Google+ ForBusiness.
- La geolocalización (*powerfriending*).
- La integración vertical y horizontal de redes multimedia.
- La concentración.
- La multimedialidad y transmedialidad.
- La *gamificación* o producción lúdica de los usos creativos de la oferta de contenidos (paradigma industria de videojuegos).

Estas condiciones afectan sobremanera la diversidad y el modo de reproducción simbólica. Si se acepta que toda cultura es un proceso y la diversidad una condición constituyente de toda realidad de vida hay que reconocer, de acuerdo con _____ Postman, que los procesos de innovación tecnológica de la nueva economía creativa están determinados por cinco principios:

- La cultura siempre paga el precio de la tecnología.
- En todo proceso de transformación o mudanza tecnológica, siempre hay ganadores y perdedores.
- Toda tecnología es portadora de una filosofía.
- El cambio tecnológico no es aditivo, sino ecológico.
- Los medios de comunicación tienden a convertirse en míticos.

Toda innovación tecnológica, en definitiva, es una mediación contradictoria de avances y retrocesos en la comunicación social, de mudanzas y pérdidas resultantes de la dialéctica de las relaciones de los hombres entre sí y con la naturaleza. Esto es, toda mediación tiene una dimensión cognitiva, presupone un proceso inteligente de cultura y vida material. De ahí la preocupación que las políticas públicas han de tener sobre el decurso o deriva de la llamada economía creativa.

La pérdida de diversidad cultural y la Convención de la UNESCO sobre la protección de la riqueza del patrimonio inmaterial nos sitúan ante el talón de Aquiles de las actuales políticas de comunicación y promoción de las industrias creativas. Un primer problema evidente es el *principio de exterioridad* y la complejidad de la regulación en un ecosistema altamente dinámico. En un entorno marcado por la abundancia, la galaxia Internet, se dice, hace imposible e innecesaria la regulación y control centralizado común a toda política pública. La diversidad de productores, contenidos, redes de distribución, formas de consumo y estructuras empresariales (concentraciones verticales, horizontales y transversales) además de la incertidumbre y compleja evolución de la *mediamorfosis*, harían difícil, si no imposible, la estructuración de políticas de igualdad e intervención en un mercado tan dinámico como el de la cultura digital. A ello se añade la indefinición del

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas feugiat consequat diam. Maecenas metus. Vivamus diam purus, cursus a, commodo non, facilisis vitae, nulla. Aenean dictum lacinia tortor. Nunc iaculis, nibh.

concepto de interés público en un entorno comercial crecientemente privatizado. Entre otras realidades emergentes, la cultura digital plantea, por ejemplo, nuevos derechos sociales de la comunicación y la cultura, y exige del análisis crítico desplazamientos sustantivos en la conceptualización del principio de defensa de la democracia comunicacional:

- Del derecho de antena al de autogestión cultural.
- Del derecho de réplica y respuesta al de preguntar.
- Del derecho de recepción al de copiar y pegar.
- Del derecho individual a la comunicación a aquellos comunes sobre los bienes simbólicos y el patrimonio inmaterial.

En consecuencia, la investigación crítica en comunicación tiene ante sí el reto de repensar nuevos núcleos o ejes de investigación y análisis de las políticas públicas de comunicación. A saber:

- Las transformaciones culturales del modo de consumo y producción de la era digital apuntan la pertinencia de cambios sustantivos en las instituciones públicas para una gobernanza atenta a la diversidad. Las formas, métodos y criterios de evaluación de las políticas culturales no pueden ser, por consiguiente, las mismas que las de centralización de códigos en la era de la comunicación masiva. Las estructuras deben mudar para responder al reto de la política de la diferencia y ello exige teorías normativas atentas a esta nueva cultura emergente.
- La diversidad sugiere como prioritaria la definición de un nuevo concepto de ciudadanía cultural, que defina competencias, accesos y formas de gobierno de los diversos actores en torno al sistema mediático, a partir de la autonomía (estética, cognitiva y político-cultural de los grupos y comunidades de sentido).
- Por otra parte, la diversidad cultural plantea, desde nuevos parámetros, el reto de una necesaria ruptura epistemológica con el patrimonialismo, común en las políticas públicas de nuestro entorno, y la *colonialidad del saber*, la que apunta la emergencia de otros parámetros, visiones y culturas poscoloniales en la definición del sistema mediático y las ecologías culturales.

El reto representa un giro radical, incluso para la teoría crítica. Así, en una reflexión sobre la diversidad cultural y el futuro del pensamiento para el cambio social, Homi Bhabha planteaba recientemente una

cuestión estratégica que, en el fondo, constituye el eje de discusiones del pensamiento posestructuralista comprometido con el cambio social: ¿es el lenguaje de la teoría solo otra estratagema de poder de la élite culturalmente privilegiada y dominante de Occidente para producir un discurso eficaz de dominación del Otro a través de una perversa lógica del poder-saber? ¿O, como pensamos, la teoría crítica puede y debe replantear sus condiciones de producción del discurso científico a fin de estructurar un nuevo proyecto de articulación histórica consciente de su poder constituyente y de los efectos de la dialéctica de la ilustración? El artículo concluía apuntando en este sentido respuestas posibles a una interrogante que no en vano ocupa las principales reflexiones de la teoría social sin que, por el momento, tengamos la certidumbre deseada por la razón.² Se trata, no obstante de una duda cuando menos pertinente en un tiempo como el nuestro marcado, como advierte Georges Balandier, por la confusión, el desplazamiento de fronteras, la desmultiplicación de diferencias, la movilidad y el nomadismo. La sociedad compleja en que vivimos está expuesta a la incertidumbre de la alteración permanente, necesita asumir la cultura de la frontera, y debe pensar el riesgo y discutir las responsabilidades colectivas en el proceso mismo de elección. Entre otras razones, porque

la facticidad del mundo natural y social es puesta constantemente en cuestión por nuestro conocimiento-acción, y se modifica profundamente también la relación con lo que heredamos del pasado. La tradición pasa a través de la mediación cultural de los medios de comunicación; es continuamente interpretada con criterios selectivos y filtrada por los individuos y los grupos.³

Esta lógica de la movilidad y el cambio acelerado nos hace, sin embargo, percibir una falsa sensación de transparencia social, cuando mayor es la necesidad de reducir la opacidad de las relaciones sociales de acuerdo con las formas reflexivas y autopoieticas de la sociabilidad que trasciendan los límites convencionales del sentido común teórico proliferante en los intersticios del cambio imaginado por la sociedad del conocimiento.

El problema de la imaginación sociológica atemperada por los estudios de comunicación en lecturas culturalistas, sobre todo en el área cultural angloamericana, es que terminan por convertir la comunicación en un lugar para mirar y *deconstruir* todo y no ven ni comprenden nada. Ciertamente, no

es posible pensar la realidad sin la mediación, pero ello presupone que la teoría debe ser pensada como un ejercicio de *traducción*, de radical antagonismo, en el sentido señalado por Bhabha. Se trata de negar, como hace cierta teoría comunicológica, la identificación simple entre objeto y objetivo político y representación, y constatar la heterogeneidad social por medio de un activo compromiso de *traducción* de discursos en el plano de la teoría crítica, muy importante para minorías y culturas subalternas periféricas. La rearticulación o traducción de elementos en la contestación de los sistemas plurales de dominio es un reto prioritario del pensamiento abierto al cambio, si queremos dar respuesta no solo a los signos de la fragmentación estructural de la clase trabajadora, sino, además, a la creciente diversificación de las formas de experiencia y conciencia posible en el sistema de organización de las divisiones sociales tardomodernas.

La alteridad es un problema de producción social de la diferencia, de separación y oposición, a nivel de las representaciones sociales, de las identidades, a través de la mediación simbólica de la industria de la información que por supuesto afecta el modo de pensar las mediaciones en general y teorizar la globalización informativa. Cuestión crucial de la EPC, ineludible para el intelectual como dispositivo de reflexividad de las actuales lógicas de clasificación y distinción social. Tal centralidad plantea un problema epistemológico fundamental para el campo académico: el de la utilidad social de la teoría al servicio de la comunicación como cooperación, siguiendo el razonamiento inicial de este texto. Si la economía política del conocimiento es la base de regulación social del capitalismo imperial globalizado, es inexcusable el compromiso intelectual con la reapropiación igualitaria de la producción simbólica en función de las minorías marginadas. Articular espacios de diálogo y encuentro intercultural para redefinir la agenda política de la comunicación en el mundo desde una concepción más plural de las libertades públicas constituye la condición más importante para modificar las lógicas del dominio etnocéntrico en la comunicación intercultural contemporánea.

En particular, como es consenso común, en las ciencias sociales, analizar todo fenómeno o problema de la realidad implica todo un ejercicio de comprensión integral de la dialéctica del cambio social, de análisis de las transformaciones tecnológicas, culturales y económico-políticas que

afectan a las formas de representar, de construirse la verdad y la memoria, el deseo y sus *pregnancias*, las proyecciones y expectativas que el ser humano sitúa en el espectro de las prácticas simbólicas y culturales en relación con la autocomprensión que le es dado alcanzar de su propia existencia, como individuo pero también en cuanto a su pertenencia e inclusión en las comunidades con que se identifica, en las que se reconoce.⁴

Este es un ejercicio de suma importancia para el avance del conocimiento que nos obliga a pensar sobre las posiciones del investigador, que apunta a explicitar el marco de los lugares o *topoi* de observación, pensando las connotaciones del mirar y comprender humanos. Este, y no otro, es el sentido del sujeto reflexivo de investigación y la voluntad de interpelación del pensamiento crítico, que niega y trasciende los marcos interpretativos del sentido común para desplegar la potencia del ser.

Toda teoría crítica de la sociedad no es más que la dimensión intelectual del proceso histórico de emancipación. Dicho de otra manera, la teoría crítica de la sociedad solo encontrará justificación si es capaz de sacar a la luz, y poner en cuestión, los presupuestos teóricos e ideológicos genéricos del sistema de relaciones dominante y, con ello, iluminar los pasos necesarios para la emancipación de aquellos que sufren los efectos más perversos y explotadores de dicho sistema.⁵

En otras palabras, pensar los puntos de observación es apostar por un *análisis sintomático* que debe hacer emerger lo real proyectando nuevas prácticas instituyentes, un nuevo pensamiento y praxis social para pasar de la cultura de la resistencia a la razón emancipadora en movimiento a partir de tres compromisos intelectuales:

- Socialización de los sistemas de información y conocimiento hoy asimétricos en las lógicas de distribución del mercado.
- Visibilización de lo procomún oculto o mixtificado.
- Antagonismo político cultural de las formas cosificantes y hegemónicas de “inversión cultural”.

Si una cualidad es distintiva de la denominada sociedad de la información es la “popularización de las funciones informativas”. Las redes de intercambio e interacción social, impugnan hoy el monopolio del poder de la palabra, socializando la función mediadora y creativa de la comunicación pública contemporánea conforme a las nuevas formas de organización y desarrollo del sistema informativo. De acuerdo con Pierre Lévy, el ecosistema mediático ha experimentado tres líneas básicas de transformación: la desterritorialización del carácter difuso de los medios con la emergencia del ciberespacio, la integración o convergencia digital, y la autonomía y proliferación de medios y canales alternativos.⁶ La revolución de los sistemas de mediación cultural ha alterado los patrones de comportamiento y los modelos de organización que distinguen al *paradigma representacional*, cuestionando la política y subjetividad características de la era moderna.

A esta nueva forma de gobernanza la he denominado capitalismo cognitivo, a fin de designar, tal como he venido argumentando, un sistema cuya lógica del valor basada en la difusión del saber y la producción

del conocimiento disciplina y coloniza también sectores como la enseñanza, la producción cultural, la Investigación y Desarrollo, la innovación tecnológica o, en general, la industria del entretenimiento y la llamada economía de la atención; todo esto en virtud de las necesidades expansivas del capitalismo posfordista y un modelo de integración mundial regido por interacciones y flujos de información constantes y acelerados entre países y el control y subsunción total de toda actividad social por el capital. Resultado de este *cercamiento* es la fragilidad del conocimiento como mercancía y el empobrecimiento de la función pública intelectual y de la comunicación y la cultura en general; y, en consecuencia, la creciente dificultad de fundamentación de la crítica teórica y el diseño de alternativas democráticas al modelo dominante de estructura real de la información.

Asumido radicalmente en la praxis el reto de la diversidad cultural, una relectura política de la Agenda 21 de la cultura y de iniciativas como la Carta de São Paulo, desde una visión crítica de la economía de la comunicación y la cultura, debe comenzar por una política pública orientada a tratar de impulsar las fuerzas creativas activando plataformas de comunicación que permitan consolidar la industria cultural autóctona a partir del capital social dispuesto y acumulado históricamente por el universo e imaginario simbólico de las culturas populares. Ello exige, según Néstor García Canclini, tres desplazamientos y cambios de postura fundamentales:

- De la visión cultural a la lectura económico-política de la comunicación y la cultura al servicio del desarrollo.
- De la racionalidad mercantil a la defensa del principio de diversidad cultural.
- Del Estado-nación al Estado móvil posnacional.

En definitiva, el campo de la EPC, las políticas en comunicación y cultura, está hoy situado en un tiempo-encrucijada en el que urge mirar desde nuevas posiciones y estilos de pensamiento el desafío de la transformación de las ecologías de vida cultural en el sistema-mundo, lo que define, prioritariamente, una agenda informativa ciudadana con capacidad de reconceptualizar los tópicos públicos y mover — como en parte hizo la campaña CRIS— los ejes del problema de las políticas públicas en materia de comunicación y la diversidad cultural, teniendo como punto inicial un diálogo y un trabajo de coordinación productiva.

Conclusiones

Cada vez más se vuelve impostergable y pertinente, dada la naturaleza del capitalismo cognitivo, la tarea de actualizar los diagnósticos sobre la propiedad de los medios. No resulta arriesgado señalar que

la concentración y la transnacionalización supera con creces los pronósticos más pesimistas de los años 60. Pero ello no es posible sin sistematizar el análisis teórico del funcionamiento de las industrias culturales con nuevos parámetros e hipótesis de trabajo. Para comprender su lógica, no solo es preciso realizar el estudio macroeconómico de los medios, su participación en el proceso de acumulación del capital y la intervención del Estado, sino contemplar además las formas particulares de producción, las características concretas de las mercancías culturales y la valorización de capitales en cada sector considerando el papel creativo del proceso de consumo. La Economía Política de la Comunicación debe plantearse, en consecuencia, un programa de intervención que vincule nuevamente la academia con las prácticas y las organizaciones sociales en virtud del concepto de desarrollo por ser un aporte transversal más que útil para religar lo particular concreto de las prácticas de apropiación de los *prosumidores* con la totalidad social.

Desde finales de la década de los 70, la noción de *desarrollo cultural* ha permitido relacionar el campo de la comunicación con el problema complejo y recurrente de las necesidades sociales en ámbitos tan dispares como la economía, la política, la educación y la cultura, integrando la creatividad y las identidades plurales en un nuevo paradigma constituyente del modelo de reproducción modernizadora fundamentalmente bajo el auspicio de las Naciones Unidas. Ahora, si bien esta organización validó en la agenda pública internacional un enfoque inclusivo de la comunicación como marco de configuración del desarrollo, las políticas de promoción de la cultura quedaron desplazadas a un segundo plano ante el empuje privatizador de las industrias culturales. Las formas marginales de participación pública, la creatividad social de la población y el intercambio y la cooperación multilateral entre países, lejos de garantizar la diversidad ecológica del sistema mediático, resultaron, en muchos casos, coartadas para legitimar un proceso, calificado por otra parte como imparable, en función del modelo capitalista de desarrollo económico liberal, hoy hegemónico en la UE con la Agenda de Lisboa.

La amplia e intensiva mercantilización de la cultura ha llegado al extremo incluso de cuestionar la función pública de las políticas de comunicación a nivel nacional, para invalidar los derechos públicos de patrimonio, el acceso público a los medios y hasta la libertad de consumo cultural. La creciente conciencia social y la constatación pública de esta crítica situación de partida ha alentado como consecuencia los debates entre creadores, representantes públicos y agentes culturales en citas como Interacció 04 (www.diba.es/interaccio) o el discutido por polémico origen del Foro de las Culturas (www.barcelona2004.org), donde se ha

intentado definir una nueva agenda internacional en materia de políticas culturales frente a los desequilibrios que horadan las brechas de desigualdad y refuerzan las lógicas oligopolistas al amenazar las formas locales y diferenciadas de expresión y cultura popular.

Es en este contexto y ofensiva liberal donde cabe comprender los límites y alcance del debate sobre el principio de “excepción cultural”, propuesta de reforma de la actual inercia comercial marcada por las grandes corporaciones multimedia que cada día parece más desdibujada al no afrontar el problema de fondo de la diversidad y promoción de las culturas locales. La idea misma, no obstante, ha tenido la virtud de abrir paso a una discusión internacional sobre comunicación que, a medio plazo, puede hacer efectivo el pluralismo cultural, el respeto a los derechos colectivos de la información y la comunicación y la promoción de la creatividad cultural autóctona. En este sentido, las conclusiones y polémicas debates que se han definido con motivo de la Convención sobre Diversidad Cultural de la UNESCO (París, 2005) pueden contribuir a marcar un punto de inflexión en la construcción de un nuevo modelo de Economía de la Cultura.

Para lo anterior, el reclamo de la diversidad debería traducirse en políticas activas de promoción de plataformas intersectoriales e interinstitucionales de aquellos territorios y sectores de la comunicación y la cultura amenazados por una liberalización autoritaria que concentra los recursos, despilfarra las fuentes de creatividad social y anula, por lo general, los derechos ciudadanos sobre los bienes y servicios culturales. Y, en este proceso, es vital el papel del Tercer sector, que debe pasar de la lógica de la negación a la estrategia de la programación politizada del campo de la comunicación y la cultura a nivel estatal, regional y supranacional.

En tal escenario, la definición de propuestas como las incluidas en la Carta de São Paulo debe tratar de enlazar su programa de reformas con el espíritu y la filosofía que animó el proyecto del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación en el seno de la UNESCO. La reivindicación del derecho a la cultura en virtud de una noción de bien público de los contenidos y servicios culturales, la exclusión de los bienes y servicios de la cultura de la liberalización comercial y las directrices de la Organización Mundial de Comercio, así como el reconocimiento de la diversidad y la protección de los conocimientos locales de las culturas tradicionales van acompañados de un movimiento internacional de compromiso y voluntad política transformadora, como en su momento, por primera vez en la historia, se consiguió en el marco de la Comisión McBride.

De lo contrario, propuestas como la definición de la Agenda 21 de la cultura como guía de actuación estratégica de los gobiernos locales solo contribuirán,

en el mejor de los casos, a abrir frentes estratégicos de desarrollo como el reconocimiento de la necesidad de políticas culturales por los poderes públicos de cada municipio o ciudad y la visualización de la cultura como un problema neurálgico de construcción de la ciudadanía, es decir, como apenas la defensa de un tímido compromiso de participación de las culturas marginadas de la mediación en la gobernabilidad local. Ello no hace más que reforzar las lógicas neoliberales de planificación estratégica de los territorios, al facilitar la eficaz definición del “impacto cultural” que afecta la modernización tecnológica y proyectos de ordenación del territorio y gestión urbanística de la industria del turismo.

La pretensión de la Agenda 21 de definir políticas culturales que encuentren el equilibrio entre el interés público y la lógica de valorización capitalista condena al fracaso la idea misma de desarrollo integral, y socavan el valor de la comunicación como bien público para la convivencia en beneficio del interés mercantil de las industrias de la conciencia.

Por ello, hoy más que nunca, deberíamos plantearnos algunas de las ideas aquí expuestas. Y, desde luego, el camino por el que transitar juntos, si compartimos la idea de un programa común. De la digitalización audiovisual al modelo de desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y su inserción socioeducativa, pasando por la administración electrónica y las políticas culturales, pensar hoy las políticas de comunicación en relación con las industrias creativas, exige algo más que un análisis económico-político, pues apunta, en un sentido prospectivo, la necesidad de repensar las nuevas formas de institucionalidad y socialización en red. Otra economía política del conocimiento, en fin, con capacidad de transformar, *urbi et orbi*, las formas de reproducción de los códigos culturales.

Notas

1. Marcial Murciano, *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Editorial Bosch, Barcelona, 1995, p. 20.
2. Homi Bhabha, -----COMPLETAR-----
3. Alberto Melucci, *Vivencia y convivencia*, Editorial Trotta, Madrid, 2001, p. 34.
4. José Luis Brea, *Cultura RAM*, Gedisa, Barcelona, 2007, p. 151.
5. Joaquín Herrera, *Los derechos humanos como productos culturales. Crítica del humanismo abstracto*, Libros de la Catarata, Madrid, 2005, p. 177.
6. Pierre Lévy, *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*, Editorial UOC, Barcelona, 2002, p. 38.

©TEMAS, 2013