

Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. (1995):
México. Grijalbo.

A lo largo de su trayectoria académica, Néstor García Canclini ha demostrado como los cambios en las formas actuales de consumo alteran las posibilidades y expresiones del ser ciudadano en la posmodernidad.

En su último libro, el proyecto de análisis iniciado con *Las culturas populares en el capitalismo* y más recientemente culminado con *Culturas híbridas* adquiere aspectos de resonancia cultural de interesantes consecuencias para la comprensión teórica de las comunicaciones en el nuevo milenio. Estas configuran el sentido de las nuevas redes transnacionales organizando los símbolos de la multiculturalidad alrededor de las grandes networks comerciales y el sentimiento de pertenencia. El valor simbólico de consumir "lo nuestro", sostenido por una racionalidad económica voraz, desplaza así todo indicio de necesidades por la magia seductora del deseo. Lo propio y ajeno se desdibujan en la era de la globalización. Pues lo propio reduce su ámbito de percepción, restringe el código de lo social. El tribalismo del que habla Maffesoli es un regreso al territorio.

Por ello el estudio de los nuevos espacios ciudadanos (grandes superficies comerciales, zonas residenciales, concentración de ocio, disgregación territorial y localización del trabajo, etc...) adquiere en nuestro tiempo especial relevancia sociológica.

El consumo sirve, como señala Canclini, para pensar. Y justamente en nuestro tiempo la norma de consumo es el lugar de la construcción doméstica de la conciencia industrializada (Adorno). La compilación de artículos del nuevo trabajo presentado por García Canclini aborda precisamente el reto de comprender la nueva redefinición de lo público y el proceso de determinación negociada de la identidad por las clases populares. En este sentido, merece especial interés el lúcido epígrafe dedicado al melodrama y la (pos)política como videojuego o espectáculo marienista. Parte de los planteamientos de este análisis de la política y la comunicación, que tantos estudios ha suscitado en el campo académico a raíz del ejemplo de diversos casos paradigmáticos (Fernando Collor, Berlusconi, Fujimori, Menem, etc...) y que ya tratara sucintamente en otras ocasiones, de nuevo es desarrollado por Canclini incidiendo sobre aspectos sustantivos de la obra de Martín Barbero sobre el sentido histórico de identidad en las culturas populares.

El núcleo sin embargo de esta obra es la recopilación de artículos en torno al problema de la globalización. Un asunto complejo y múltiplemente contradictorio respecto a las definiciones convencionales de la realidad social que han dado ya lugar al uso de conceptos como economía-mundo, al hablar de la cultura glocalizada ("Glocalize"), esto es, las ciudades sin mapa o los suburbios posnacionales.

Las continuas transacciones entre lo público y lo privado (véase a Flichy) son aquí objeto de análisis pormenorizado con el fin de comprender los fenómenos multiculturales solapados bajo el apa-

rente manto de la americanización de los espectadores. García Canclini demuestra la relativa indeterminación de esta nueva complejidad dialéctica. Ni la industria cultural aliena o uniforme (como comenta Schiller) ni la multiculturalidad emancipa universalmente gracias a las tecnologías de la información (como apunta Negroponte).

El nuevo espectador multimedia es un tipo de público híbrido, hipertextual y polivalente. Es un espectador alienado por el "autismo", pero liberado en parte de las restricciones del espacio/tiempo de la historia y la realidad. Tenemos por tanto un receptor/ciudadano/consumidor "glocalizado", que deambula por el ciberespacio en busca de deseos realizables, y vendibles. La heteroglosia bajtiniana se convierte aquí en heterodoxia. Por supuesto, se trata de una heterodoxia comunicativa variable y complaciente, nada crítica. Ahora bien, este cambio del receptor ilustrado, del racionante y distinguido público, desplazado por el homo faber, muestra signos alentadores de esperanza. Como subraya Canclini en el libro, esta rearticulación entre lo público y lo privado pone en evidencia la necesidad de refundación de un nuevo concepto de ciudadanía mas pegada al territorio sin dejar de ser universalista - "las identidades modernas eran territoriales y casi siempre monolingüísticas/las identidades posmodernas son transterritoriales y multilingüísticas"-, esto es, la ciudad y las industrias culturales no solo son objetos instrumentales de extrañamiento social, sino también lugares íntimos de identidad publica en el que se imagina, se sueña y se narra las posibilidades del porvenir como futuro "nuestro". "El consumo construye gran parte de la ra-

cionalidad interpretativa y comunicativa de una sociedad". Comprenderlo es el primer paso para poder transformarlo. (F.Sierra)

Crítica de la comunicación

SFEZ, Lucien. (1995), Buenos Aires. Amorrortu Editores.

La inquietante transdisciplinariedad del campo comunicativo ha sido objeto marginal de interés por parte de las ciencias de la información, pese a estar situado en el núcleo de las transformaciones epistemológicas que experimenta el conjunto del conocimiento y, en especial, las ciencias sociales. El celebre trabajo de Lucien Sfez es quizás de las pocas obras visionarias, que aborda el conjunto de transformaciones sistémicas de carácter estructural en el umbral del vago e difuso camino de las incertidumbres.

Desde una mirada profundamente crítica, culturalista y filosófica, Sfez elabora un agudo análisis sobre las rupturas informacionales que, en el ámbito del saber y asimismo en los diferentes campos de lo social, ha introducido el concepto heurístico de información. A través de un amplio recorrido por la cibernética de segunda generación (Von Foerster), las teorías sobre la autoorganización biológica (Maturana y Varela), los estudios culturales, la acción comunicativa (Habermas) y la inteligencia artificial (Simon y Newell), entre otros muchos planteamientos, el autor de *Critique de la decisión* vislumbra los retos de la paradoja comunicativa en el tiempo de las lógicas babélicas y multiculturales de lo social como lo "instituido y permanente-